

**PENGARUH *INFLUENCER* TASYA FARASYA DI SOSIAL MEDIA
YOUTUBE TERHADAP CITRA MEREK, KONSEP DIRI, DAN NIAT
BELI PADA PRODUK KOSMETIK “MAKE OVER”**

***THE EFFECT OF INFLUENCER TASYA FARASYA’S SOCIAL MEDIA
YOUTUBE ON BRAND IMAGE, SELF-CONCEPT, AND PURCHASE
INTENTION IN “MAKE OVER” COSMETIC PRODUCTS***



**DISUSUN OLEH:
DIAN ANGGRAENI
20200410489**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Dian Anggraeni

NIM : 20200410489

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Kampus : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi :

PENGARUH *INFLUENCER* TASYA FARASYA DI SOSIAL MEDIA *YOUTUBE* TERHADAP CITRA MEREK, KONSEP DIRI, DAN NIAT BELI PADA PRODUK KOSMETIK "MAKE OVER"

Dengan ini saya menyatakan bahwa tidak ada karya dalam skripsi ini yang pernah diserahkan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga, tidak ada karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis telah diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila, dalam skripsi ini diketahui memuat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, saya bersedia karya tulis ini dibatalkan.

Yogyakarta, 27 Desember 2023



Dian Anggraeni

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahim, segala puji saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala karunia dan ridho-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Influencer* Tasya Farasya di Sosial Media Youtube Terhadap Citra Merek, Konsep Diri, dan Niat Beli Pada Produk Kosmetik “Make Over”. Saya persembahkan karya tulis ini kepada pihak yang berpengaruh dalam perjalanan hidup saya yaitu:

1. Alm. Ayahanda Sutrisno, seseorang yang paling saya rindukan dan belum sempat saya memberikan kebahagiaan dan rasa bangga. Terima kasih sudah kebersamai saya di tahap ini, walaupun pada akhirnya tidak bersamaku hingga akhir. Ibunda Jasinah, perempuan hebat yang selalu menjadi penyemangat, terima kasih telah membesarkan saya hingga saat ini, menemani perjalanan hidup dan selalu melangitkan do'a dengan penuh keikhlasan yang tidak terhingga.
2. Saudara kandung saya Riko Anggih Dwi Utomo, Bayu Gangsar Satriyo, Heri Meigi Wibowo yang telah menjadi penyemangat dan menjadi bagian besar untuk hidup ini. Terima kasih sudah menguatkan dan selalu menemani penulis dalam meniti pahitnya kehidupan hingga sekarang.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamiin, penulis panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga sampai saat ini penulis diberikan nikmat sempat, nikmat iman, nikmat kesehatan, dan anugerah yang sangat luar biasa. Sehingga dapat dengan lancar menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Influencer* Tasya Farasya di Sosial Media Youtube Terhadap Citra Merek, Konsep Diri, dan Niat Beli Pada Produk Kosmetik “Make Over”. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan dan doa dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
Prof. Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA, CRP yang telah memberikan kemudahan terhadap penulis dalam menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih SE., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dosen pembimbing skripsi Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M. yang dengan penuh kesabaran dalam memberikan masukan, bimbingan, dan ilmu selama proses penyelesaian skripsi.
4. Sahabat-sahabat yang saya sayangi Putra, Revy, Meylina, Rosa, Chairani, Rafi, dan Yana adalah orang-orang pilihan yang selalu berada di balik layar kebersamai dalam perjuangan, senantiasa memberikan semangat, perhatian,

dan menjadi tempat untuk bercerita keluh kesah selama berkuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

5. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu tetapi sangat banyak terima kasih atas perjalanan yang penuh rintangan sehingga saya bisa mengerti makna kehidupan yang dapat saya pelajari dalam bentuk dukungan, bantuan, perilaku dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Kritik dan saran dalam bentuk apapun penulis akan terima untuk pembelajaran ke depan. Harapan bagi penulis apabila karya tulis ini dapat menjadi suatu karya yang bermanfaat.

Yogyakarta, 27 Desember 2023



Dian Anggraeni

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Pengembangan Hipotesis	23
D. Model Penelitian	30
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN.....	31
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	31
B. Sampel Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
C. Jenis Data	32

D. Teknik Pengambilan Data.....	33
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
F. Uji Kualitas Instrumen.....	35
G. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	36
BAB IV.....	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
B. Gambaran Subjek Objek Penelitian.....	43
C. Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	48
D. Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis.....	51
E. Pembahasan.....	70
BAB V.....	77
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	77
A. Simpulan.....	77
B. Keterbatasan Penelitian.....	78
C. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Subscribers Beauty Influencer Indonesia	3
Tabel 1. 2 Kosmetik Lokal Popular 2022	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Variabel Eksogen	34
Tabel 3. 2 Variabel Mediasi	34
Tabel 3. 3 Variabel Endogen.....	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	46
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	47
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Tahap 1	48
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Tahap 2.....	49
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4. 10 Kategori Jawaban Responden	51
Tabel 4. 11 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Influencer	51
Tabel 4. 12 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Citra Merek	52
Tabel 4. 13 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Konsep Diri	53
Tabel 4. 14 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Niat Beli	53
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4. 16 Bollen-Stine Bootstrap	58
Tabel 4. 17 Hasil Uji Outliers	60
Tabel 4. 18 Evaluasi Hasil Uji Outliers	61
Tabel 4. 19 Hasil Computation of degrees of freedom	62
Tabel 4. 20 Hasil Goodness of Fit.....	63
Tabel 4. 21 Hasil Uji Pengaruh Langsung	66
Tabel 4. 22 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar 2. 1 Model Penelitian	30
Gambar 4. 1 Logo Produk Kosmetik Make Over	42
Gambar 4. 2 Diagram Jalur	55
Gambar 4. 3 Model Struktural	56
Gambar 4. 4 Hasil Batas Outliers.....	59
Gambar 4. 5 Model Goodness of Fit.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2 Data Tabulasi Responden	91
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	99
Lampiran 4 Uji Validitas.....	101
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	102
Lampiran 6 Analisis Deskriptif.....	104
Lampiran 7 Model Persamaan Struktural	105
Lampiran 8 Uji Normalitas Data.....	106
Lampiran 9 Uji Outliers	107
Lampiran 10 Goodness of Fit.....	120
Lampiran 11 Uji Hipotesis	122