

**HUBUNGAN ANTARA *BEAUTY INFLUENCER* DAN *TRUST* DI MEDIA
SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA
PRODUK *SKINCARE***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat dalam memperoleh gelar Sarjana
Psikologi pada Program Studi Psikologi



Disusun oleh:

Alvina Sofiani Haque

1909068

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2024**

**HUBUNGAN ANTARA *BEAUTY INFLUENCER* DAN *TRUST* DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA
PRODUK SKINCARE**

Oleh:

**Alvina Sofiani Haque
1909068**

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Psikologi pada Program Studi Psikologi,
Fakultas Ilmu Pendidikan

© Alvina Sofiani Haque
Universitas Pendidikan Indonesia

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Alvina Sofiani Haque
1909068

**HUBUNGAN ANTARA *BEAUTY INFLUENCER* DAN *TRUST* DI
MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP *PURCHASE*
INTENTION PRODUK SKINCARE**

**Disetujui dan Disahkan Oleh:
Pembimbing I**



Sitti Chotidjah, M.A., Psikolog
NIP. 19771205 200604 2 001

Pembimbing II



Anastasia Wulandari, M.Psi
NIP. 19780208 200604 2 002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Psikologi



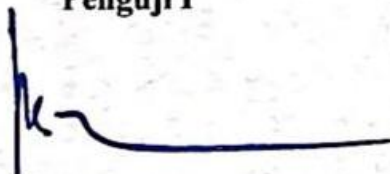
Dr. Sri Maslihah, M.Psi., Psikolog
NIP. 19700726 200312 2 001

SKRIPSI INI TELAH DIAJUKAN PADA

Hari, Tanggal : Selasa, 30 Juli 2024
Waktu : 09.00 WIB
Tempat : Ruang Sidang 1 Lantai 8 FIP

Para Penguji Terdiri atas:

Penguji I



Dr. Sri Maslihah, M.Psi., Psikolog
NIP. 19700726 200312 2 001

Penguji II



Ita Juwitaningrum, S.Psi., M.Pd
NIP. 19780312 200501 2 002

Penguji III



Anastasia Wulandari, M.Psi
NIP. 19780208 200604 2 002

**Tanggung jawab yuridis ada pada:
Peneliti,**



Alvina Sofiani Haque
1909068

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul “**HUBUNGAN ANTARA *BEAUTY INFLUENCER* DAN *TRUST* DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK SKINCARE**” ini beserta seluruh isinya adalah karya saya sendiri. Saya tidak melakukan plagiarisme (penjiplakan) ataupun pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika penelitian yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung sanksi apabila suatu saat ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau adanya klaim dari pihak lain terhadap keaslian penelitian yang telah saya buat ini.

Bandung, Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Alvina Sofiani Haque

NIM. 1909068

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan peneliti berbagai macam nikmat di antaranya nikmat iman dan islam serta sehat walafaiat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Hubungan Antara *Beauty Influencer* Dan *Trust* Di Media Sosial Instagram Terhadap *Purchase Intention* Pada Produk Skincare”**. Shalawat serta salam tak lupa peneliti curahkan dan limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, para sahabatnya, dan semoga sampai kepada kita selaku umatnya.

Pengajuan skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia. Peneliti berharap para pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai perbaikan bagi skripsi ini agar dapat menjadi lebih baik. Penelitian ini jauh dari kata sempurna, namun peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada segenap pihak yang terlibat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Bandung, Juni 2024

Peneliti



Alvina Sofiani Haque

NIM. 1909068

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, berkah dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Tentunya dalam proses penyusunan skripsi ini peneliti menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberi bantuan dan dukungan sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dan berjalan dengan baik. Sehubungan dengan itu, pada kesempatan ini izinkan peneliti untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Sri Maslihah, M.Psi, Psikolog, selaku Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan.
2. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Psikologi yang telah memberikan ilmu dan bimbingan dengan baik sehingga peneliti mampu menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Sitti Chotidjah, M.A., Psikolog, selaku Dosen Pembimbing skripsi pertama yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk dalam membimbing serta terus memotivasi peneliti selama pengerjaan skripsi.
4. Ibu Anastasia Wulandari, M.Psi., Psikolog, selaku Dosen Pembimbing kedua yang sangat sabar dalam membimbing, mengarahkan, dan terus memberikan peneliti semangat dalam proses pengerjaan skripsi ini dan yang selalu bersedia mendengarkan keluh kesah peneliti dan merangkul peneliti saat merasa tidak punya siapa-siapa, sehingga membuat peneliti merasa memiliki orang tua kedua. Semoga ibu terus diberikan kesehatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat. Aamiin
5. Seluruh jajaran staf di Program Studi Psikologi UPI yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya, serta staf administrasi yang siap siaga dalam membantu segala keperluan administrasi.
6. Kedua orang tua peneliti Mama Evi Siti Sofia dan Ayah Suryana yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, memperjuangkan agar peneliti dapat meraih mimpi-mimpi peneliti, serta berusaha untuk selalu ada untuk peneliti dalam suka maupun duka. Terima kasih atas motivasi yang telah mama dan ayah berikan sehingga peneliti bisa sampai di titik ini. Terimakasih telah membuat peneliti percaya bahwa peneliti mampu meraih apa yang bagi peneliti

mustahil untuk diraih. Semoga dikemudian hari peneliti dapat memberikan kebahagiaan dan membalas pengorbanan yang telah mama dan ayah berikan.

7. Sahabat peneliti selama perkuliahan, yaitu Atasya, Devina, Tasya, Salsa, Aulia, Elsa, dan Gadiez. Terimakasih atas segala bantuan, masukan, dan senantiasa memberikan perhatian kepada peneliti selama pengerjaan skripsi ini berlangsung.
8. Sahabat peneliti selama masa sekolah, yaitu Andina Putri Safira dan Lutfiani Dwi Oktavia. Terimakasih atas semua bantuan, dukungan, doa dan selalu mengingatkan peneliti untuk selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi.
9. Sahabat peneliti, yaitu Nur Hygiea Maharani Adzani. Terima kasih atas semua bantuan dalam bentuk semangat, dukungan, berbagi keluh kesah, saling menguatkan, selalu menghibur dan berbagi cerita suka dan duka yang diberikan selama ini.
10. Mayor Inf. Teddy Indra Wijaya, S.Tr.Han., M.Si Wandanyonif 328/Dirgahayu yang menjadi panutan dan motivator bagi penulis.
11. Teman-teman seperjuangan Sobat Gilas (Psikologi Sembilan Belas) yang senantiasa berjuang bersama dalam memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi sejak awal perkuliahan hingga saat ini.
12. Seluruh responden yang membantu sebagai subjek penelitian dan semua pihak yang turut membantu dalam penyebaran kuesioner.
13. Terakhir untuk diri saya sendiri yang selama ini merasa tidak mampu menjalaninya tapi akhirnya tetap berjuang meskipun sulit. Terima kasih sudah mampu bertahan selama proses pengerjaan skripsi ini meskipun menghadapi berbagai masalah lain. Tetap semangat mengejar cita-cita Alvina Sofiani Haque, Pendidikan profesi menunggumu.

ABSTRAK

Alvina Sofiani Haque (1909068). Hubungan Antara *Beauty Influencer* Dan *Trust* Di Media Sosial Instagram Terhadap *Purchase Intention* Produk Skincare. Skripsi. Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung. (2024).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *beauty influencer* dan *trust* di media sosial Instagram terhadap *purchase intention* produk skincare. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Responden pada penelitian ini berjumlah 475 dengan rentan usia 18-24 tahun. Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling*. Data dianalisis menggunakan teknik korelasi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *beauty influencer* dan *trust* di media sosial Instagram terhadap *purchase intention* produk skincare dengan nilai signifikan $F\text{ change}$ sebesar $0,000 > 0,05$.

Kata Kunci: *beauty influencer, purchase intention, trust, Instagram, skincare*

ABSTRACT

Alvina Sofiani Haque (1909068). *The Relationship Between Beauty Influencers and Trust on Instagram Social Media towards Skincare Product Purchase Intention*. Thesis. Psychology Program, Faculty of Education, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung. (2024).

This study aims to determine the relationship between beauty influencers and trust on Instagram towards the purchase intention of skincare products. The research uses a quantitative approach with a correlational design. The respondents in this study total 475, ranging in age from 18-24 years. The data collection technique employed in this study is non-probability sampling. The data were analyzed using multiple correlation techniques. The results of this study indicate that there is a relationship between beauty influencers and trust on Instagram towards the purchase intention of skincare products, with a significant F change value of $0.000 > 0.05$.

Keywords: *beauty influencer, purchase intention, trust, Instagram, skincare*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	5
A. <i>Beauty Influencer</i>	5
B. <i>Purchase Intention</i>	6
C. <i>Trust</i>	8
D. Kerangka Berpikir	11
E. Hipotesis Penelitian	12
BAB III METODE PENELITIAN	13
A. Desain Penelitian	13
B. Populasi dan Sampel	13
C. Variabel Penelitian.....	14
D. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	14
E. Teknik Pengumpulan Data	16
F. Instrumen Penelitian	16
G. Prosedur Penelitian	21
H. Teknik Analisis Data.....	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
A. Data Demografis Responden.....	24
B. Gambaran <i>Beauty Influencer</i>	26
C. Gambaran <i>Purchase Intention</i>	29

D. Gambaran <i>Trust</i>	32
E. Uji Hipotesis	35
F. Pembahasan.....	37
G. Keterbatasan Penelitian.....	41
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	42
A. Simpulan	42
B. Rekomendasi	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	51

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen <i>Beauty Influencer</i>	17
Tabel 3. 2 Penyebaran Instrumen <i>Beauty Influencer</i>	17
Tabel 3. 3 Norma Instrumen <i>Beauty Influencer</i>	18
Tabel 3. 4 Kisi-kisi Instrumen <i>Purchase Intention</i>	19
Tabel 3. 5 Penyebaran Instrumen <i>Purchase Intention</i>	19
Tabel 3. 6 Norma Instrumen <i>Purchase Intention</i>	19
Tabel 3. 7 Kisi-kisi Instrumen <i>Trust</i>	20
Tabel 3. 8 Penyebaran Instrumen <i>Trust</i>	21
Tabel 3. 9 Norma Instrumen <i>Trust</i>	21
Tabel 3. 10 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	22
Tabel 3. 11 Interpretasi Koefisien Korelasi	22
Tabel 3. 12 Statistik Deskriptif Tiap Variabel	22
Tabel 4. 1 Data Demografis Responden.....	24
Tabel 4. 2 Kategorisasi Tingkat <i>Beauty Influencer</i>	26
Tabel 4. 3 Demografis <i>Beauty Influencer</i>	28
Tabel 4. 4 Kategorisasi Tingkat <i>Purchase Intention</i>	29
Tabel 4. 5 Demografis <i>Purchase Intention</i>	31
Tabel 4. 6 Kategorisasi Tingkat <i>Trust</i>	32
Tabel 4. 7 Demografis <i>Trust</i>	34
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Korelasi Pearson <i>Beauty Influencer</i> dan <i>Purchase Intention</i> Produk Skincare	35
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Korelasi Pearson <i>Trust</i> dan <i>Purchase Intention</i> Produk Skincare	36
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Korelasi Berganda	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	12
Gambar 4. 1 Grafik Dimensi <i>Beauty Influencer</i>	27
Gambar 4. 2 Grafik Dimensi <i>Purchase Intention</i>	30
Gambar 4. 3 Grafik Dimensi <i>Trust</i>	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keputusan SK Pembimbing.....	52
Lampiran 2 Kartu Bimbingan.....	53
Lampiran 3 Skala Instrumen Penelitian	55
Lampiran 4 Data Demografi Responden.....	60
Lampiran 5 Kategorisasi Skor Instrumen Responden.....	92
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	119
Lampiran 7 Uji Hipotesis	120
Lampiran 8 Verifikasi Data	121