



**ANALISIS PENGARUH TREN DAN *INFLUENCER*
TERHADAP KEPUTUSAN BELANJA REMAJA PUTRI DI *E-
COMMERCE* TIKTOK SHOP (KONTEKS *FASHION*,
SKINCARE, DAN *MAKE UP*)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**U I NAZWA RAMADHANI
MERCU BUANA
41822010059**

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025



**ANALISIS PENGARUH TREN DAN *INFLUENCER*
TERHADAP KEPUTUSAN BELANJA REMAJA PUTRI DI *E-
COMMERCE* TIKTOK SHOP (KONTEKS *FASHION*,
SKINCARE, DAN *MAKE UP*)**

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

NAZWA RAMADHANI

41822010059

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nazwa Ramadhani
NIM : 41822010059
Program Studi : Sistem Informasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
“Analisis Pengaruh Tren dan Influencer Terhadap Keputusan Belanja Remaja Putri di E-Commerce TikTok Shop (Konteks Fashion, Skincare, dan Make Up)” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 30 Desember 2025



Nazwa Ramadhani

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK
/SIMILARITY CHECK STATEMENT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh
The undersigned, hereby declare that the scientific work written by

Nama /Name : Nazwa Ramadhani
NIM /Student ID Number : 41822010059
Program Studi /Study Program : Sistem Informasi

Dengan Judul Tugas Akhir
The title:

“Analisis Pengaruh Tren dan Influencer Terhadap Keputusan Belanja Remaja Putri di E-Commerce Tik Tok Shop (Konteks Fashion, Skincare, dan Make Up)”

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal:

Similarity checks have been carried out with the Turnitin system on the date:

19 Januari 2026

dengan nilai persentase sebesar :

with a percentage value of:

27%

dinyatakan memenuhi standar sesuai dengan ketentuan berlaku di **Fakultas Ilmu Komputer** Universitas Mercu Buana. *declared to meet standards in accordance with applicable regulations at the Faculty of Computer Science, Universitas Mercu Buana.*

File hasil cek similarity turnitin:

Turnitin similarity report file

https://drive.google.com/file/d/1Wv0TK194pwyHpsytZZ2oFJclPLqF4XPm/view?usp=drive_link



Jakarta, 19 Januari 2026
Admin Turnitin Fasilkom UMB



Agung Prawoto, S.Kom., B.Sc
NIK : 322970503

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nazwa Ramadhani

NIM : 41822010059

Program Studi : Sistem Informasi

Judul Laporan Skripsi : Analisis Pengaruh Tren dan *Influencer* Terhadap Keputusan Belanja Remaja Putri di *E-Commerce* TikTok Shop (Konteks *Fashion*, *Skincare*, dan *Make Up*)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing,



Dr. Ruci Meiyanti, S. Kom., M. Kom.

NIDN : 0304056803

Jakarta, 18 Februari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komputer



Dr. Bambang Jokonowo, S.Si., M.T.I.

NIDN: 0320037002

Ketua Program Studi
Sistem Informasi



Wawan Gunawan, S.Kom., M.T., M.Kom.

NIDN: 0424108104

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Laporan Skripsi ini. Penulisan Laporan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Komputer pada Fakultas Ilmu Komputer Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Laporan Skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Penulis sangat bersyukur kepada Allah Subhanahuwata'ala atas seluruh pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini
2. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana
3. Dr. Bambang Jokonowo, S. Si., M. T. I. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer
4. Wawan Gunawan, S. Kom., M. T., M. Kom. selaku Ketua Prodi Sistem Informasi
5. Ibu Dr. Ruci Meiyanti, S. Kom., M. Kom. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan dalam penulisan Tugas Akhir ini
6. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan terbaik
7. Adik penulis yang selalu memberikan dukungan terbaik

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Laporan Skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 30 Desember 2025

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nazwa Ramadhani

NIM : 41822010059

Fakultas/Program Studi : Fakultas Ilmu Komputer/Sistem Informasi

Judul Tugas Akhir : Analisis Pengaruh Tren dan *Influencer* Terhadap Keputusan Belanja Remaja Putri di *E-Commerce* TikTok Shop (Konteks *Fashion*, *Skincare*, dan *Make Up*)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Desember 2025

Yang menyatakan,



Nazwa Ramadhani

**ANALISIS PENGARUH TREN DAN *INFLUENCER* TERHADAP
KEPUTUSAN BELANJA REMAJA PUTRI DI *E-COMMERCE* TIKTOK
SHOP (KONTEKS *FASHION, SKINCARE, DAN MAKE UP*)**

NAZWA RAMADHANI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tren dan *influencer* terhadap keputusan belanja remaja putri pada *e-commerce* TikTok Shop dalam konteks produk *fashion, skincare, dan make up*, serta mengidentifikasi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah tren dan *influencer*, sedangkan variabel dependen adalah keputusan belanja. Variabel tren didefinisikan sebagai kecenderungan gaya, produk, atau konten yang sedang populer dan banyak diikuti oleh pengguna media sosial, sementara variabel *influencer* didefinisikan sebagai figur publik atau *content creator* yang memiliki kemampuan memengaruhi sikap dan perilaku audiens melalui konten digital. Keputusan belanja diartikan sebagai proses pengambilan keputusan konsumen dalam memilih, membeli, dan menggunakan produk di TikTok Shop. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 64 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada remaja putri berusia 10–19 tahun yang merupakan pengguna aktif TikTok Shop. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, yang diolah menggunakan SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan variabel tren dan *influencer* berpengaruh signifikan terhadap keputusan belanja remaja putri di TikTok Shop. Secara parsial, *influencer* memiliki pengaruh signifikan dibandingkan tren yang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan belanja remaja putri di *e-commerce* TikTok Shop. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *influencer* merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan belanja remaja putri di TikTok Shop, sehingga strategi pemasaran yang melibatkan *influencer* dinilai lebih efektif.

Kata Kunci : Tren, *Influencer*, Keputusan Belanja, TikTok Shop, Regresi Linier Berganda

***ANALYZING THE EFFECTS OF THE TRENDS AND INFLUENCERS ON
FEMALE ADOLESCENTS' PURCHASE DECISION ON TIKTOK SHOP IN
THE FASHION, SKINCARE, AND MAKE UP SECTORS***

NAZWA RAMADHANI

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of trends and influencers on the purchasing decisions of adolescent girls in TikTok Shop e-commerce within the context of fashion, skincare, and makeup products, as well as to identify the variable that has the most dominant influence. The independent variables in this study are trends and influencers, while the dependent variable is purchasing decision. The trend variable is defined as the tendency of styles, products, or content that are currently popular and widely followed by social media users, whereas the influencer variable is defined as public figures or content creators who have the ability to influence the attitudes and behaviors of audiences through digital content. Purchasing decision is defined as the consumer decision-making process in selecting, purchasing, and using products on TikTok Shop. This study employs a quantitative approach with a sample size of 64 respondents. The sampling technique was conducted through the distribution of questionnaires to adolescent girls aged 10–19 years who are active users of TikTok Shop. The data analysis method used is multiple linear regression, which was processed using SPSS software. The results of the analysis indicate that simultaneously, the trend and influencer variables have a significant effect on the purchasing decisions of adolescent girls on TikTok Shop. Partially, influencers have a significant effect, whereas trends do not have a significant effect on the purchasing decisions of adolescent girls in TikTok Shop e-commerce. The conclusion of this study shows that influencers are the main factor influencing the purchasing decisions of adolescent girls on TikTok Shop; therefore, marketing strategies involving influencers are considered more effective.

Keywords: *Trends, Influencers, Purchasing Decision, TikTok Shop, Multiple Linear Regression*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN UJI TURNITIN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Batasan Masalah.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Teori Utama.....	4
2.1.1 Teori Keputusan Belanja	4
2.2.1 Teori Tren	4
2.3.1 Teori Influencer	5
2.2 Penelitian Terdahulu.....	6
2.3 Teori Pendukung	12
2.1.3 Teori Motivasi Konsumen.....	12
2.4 Kerangka Berpikir.....	13
BAB III METODE PENELITIAN.....	15
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	15

3.2 Tahapan Penelitian	15
3.3 Jenis dan Sumber Data	17
3.1.3 Jenis Data	17
3.1.3 Sumber Data.....	17
3.4 Sampel Penelitian.....	17
3.5 Teknik Pengumpulan Data	17
3.1.5 Variabel Penelitian	18
3.2.5 Instrumen Penelitian.....	20
3.6 Teknik Analisis Data	21
3.1.6 Uji Asumsi Klasik	21
3.2.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	22
3.3.6 Uji T/Parsial	22
3.4.6 Uji F/Simultan.....	23
3.5.6 Uji Koefisien Determinasi R Square.....	23
BAB IV PEMBAHASAN.....	24
4.1 Gambaran Objek Penelitian	24
4.2 Deskripsi Data.....	24
4.3 Uji Instrumen Penelitian	25
4.4 Uji Asumsi Klasik	28
4.1.4 Uji Normalitas.....	28
4.2.4 Uji Multikolinearitas	30
4.3.4 Uji Heteroskedastisitas.....	31
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	31
4.6 Uji Hipotesis.....	32
4.1.6 Uji T/Parsial	32
4.2.6 Uji F/Simultan.....	33
4.3.6 Uji Determinasi R Square	33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	35
5.1 Kesimpulan	35
5.2 Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN.....	37

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Deskripsi Data Variabel Tren (X1).....	24
Tabel 4. 2 Deskripsi Data Variabel Influencer (X2).....	24
Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel Keputusan Belanja (Y)	25



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Tren (X1)	26
Gambar 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Influencer</i> (X2)	26
Gambar 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Belanja (Y)	27
Gambar 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tren (X1).....	27
Gambar 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Influencer</i> (X2).....	28
Gambar 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Belanja (Y).....	28
Gambar 4. 7 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	29
Gambar 4. 8 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	29
Gambar 4. 9 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov	30
Gambar 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	30
Gambar 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	31
Gambar 4. 12 Hasil Uji T/Parsial	32
Gambar 4. 13 Hasil Uji F/Simultan.....	33
Gambar 4. 14 Hasil Uji Determinasi R Square	33



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Jawaban Kuesioner.....	37
Lampiran 2 Kartu Asistensi Bimbingan TA	38
Lampiran 3 <i>Curriculum Vitae</i> (CV)	39
Lampiran 4 Hasil Uji Turnitin.....	40
Lampiran 5 Surat Keterangan Mengikuti BNSP	41
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel Tren (X1).....	42
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Variabel Influencer (X2)	42
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Belanja (Y).....	42
Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tren (X1)	43
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Influencer (X2)	43
Lampiran 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Belanja (Y)	43
Lampiran 12 Hasil Uji Normalitas Histogram	43
Lampiran 13 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	44
Lampiran 14 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov	44
Lampiran 15 Hasil Uji Multikolinearitas	44
Lampiran 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	45
Lampiran 17 Analisis Regresi Linier Berganda	45
Lampiran 18 Hasil Uji T/Parsial	45
Lampiran 19 Hasil Uji F/Simultan.....	45
Lampiran 20 Hasil Uji Determinasi R Square	46