



**PENGARUH *LIVE STREAMING TIKTOK, SOCIAL MEDIA*  
*INFLUENCER* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW**

**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

**Azahra Kurnia Rachman**

**43122010120**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2026**



**PENGARUH *LIVE STREAMING TIKTOK, SOCIAL MEDIA INFLUENCER* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW**

**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
**Azahra Kurnia Rachman**  
**43122010120**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2026**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azahra Kurnia Rachman  
NIM : 43122010120  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 – Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:  
"Pengaruh *Live Streaming Tiktok, Social Media Influencer* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow" 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, 12 Januari 2026  
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Azahra Kurnia Rachman

 <b>UNIVERSITAS MERCU BUANA</b>	<b>BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA</b>	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

## SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

**Nama** : AZAHRA KURNIA RACHMAN  
**NIM** : 43122010120  
**Fakultas / Program Studi** : FEB / Manajemen  
**Jenis** : Skripsi  
**Judul Tugas Akhir** : PENGARUH LIVE STREAMING TIKTOK, SOCIAL MEDIA INFLUENCER DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW  
**Hasil Pengecekan Turnitin** : 28%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **28%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 25 April 2026  
**Kepala Biro Perpustakaan**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

**Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.**

2026/April/25/0000001014/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Azahra Kurnia Rachman  
NIM : 43122010120  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Live Streaming TikTok, Social Media Influencer dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 27 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Janfry Sihite, S.E., MSM  
NIDN/NUPTK: 0311018004

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA  
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D  
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-03266123



Scan QR or [click here](#) to  
Verification

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Live Streaming Tiktok, Social Media Influencer dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada Bapak Dr. Janfry Sihite, S.E., MSM selaku dosen pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesainya Skripsi ini dan berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Proposal Skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang telah dengan tulus membagikan ilmu, pengalaman, serta nilai-nilai kehidupan selama kuliah. Bimbingan dan pembelajaran yang diberikan menjadi bekal yang sangat berarti bagi penulis, baik dalam penyusunan skripsi ini maupun dalam menghadapi masa depan.
5. Yang teristimewa, kedua orang tua tercinta, terima kasih atas cinta yang tidak pernah habis, doa yang selalu mengiringi setiap langkah saya, serta pengorbanan yang sering kali tak terucap. Dalam setiap lelah, ragu, dan hampir menyerah, nama kalian selalu menjadi alasan saya untuk bangkit dan melanjutkan perjuangan ini. Kalian adalah rumah tempat saya

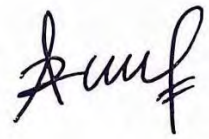
kembali, tempat saya belajar tentang ketulusan, kesabaran, dan arti sebuah perjuangan. Setiap pencapaian yang saya raih hingga saat ini, termasuk keberhasilan meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.), merupakan buah dari kasih sayang, dukungan, dan kepercayaan yang kalian berikan. Skripsi ini saya persembahkan sebagai wujud terima kasih dan bukti kecil dari semua doa serta cinta yang tak pernah putus dari kalian.

6. Untuk teman-teman terdekat yang telah menemani penulis selama proses penyusunan skripsi, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, semangat, bantuan, serta waktu yang telah diberikan. Kehadiran kalian, baik dalam berbagi cerita, diskusi, maupun saling menguatkan di saat lelah dan sulit, sangat berarti dan menjadi salah satu penyemangat penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Teman-teman seperjuangan Mahasiswa Manajemen S1 FEB UMB Angkatan 2022, atas semangat, kerja sama, dan kebersamaan yang telah menjadi bagian penting dari perjalanan ini. Semoga kita semua dapat meraih kesuksesan sesuai harapan.
8. *Last but not least*, saya berterima kasih kepada sosok gadis ini, yang selama ini diam-diam berjuang tanpa henti, perempuan sederhana yang memiliki impian besar. Terima kasih kepada peneliti yaitu saya sendiri, Azahra Kurnia Rachman, anak perempuan terakhir sekaligus harapan terakhir orang tuanya. Terima kasih karena tidak menyerah pada keadaan, karena memilih untuk terus berjuang meski jalan terasa berat dan proses tidak selalu ramah. Gadis ini telah belajar tentang sabar, ikhlas, dan kuat dengan caranya sendiri. Skripsi ini menjadi saksi atas air mata, doa, dan usaha yang tak selalu terlihat, namun nyata adanya. Semoga setelah ini, gadis ini selalu dikuatkan, dimudahkan langkahnya, dan berani bermimpi lebih besar untuk masa depan yang lebih baik.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga Skripsi ini bermanfaat dan

dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apa bila ada kesalahan dan kelemahan dalam dalam penulisan ini.

Jakarta, 4 Juni 2025



Azahra Kurnia Rachman



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR DI REPOSITORI UMB**

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

Nama : Azahra Kurnia Rachman  
NIM : 43122010120  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 – Manajemen  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Live Streaming Tiktok, Social Media Influencer* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow

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.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Januari 2026

Yang menyatakan,



(Azahra Kurnia Rachman)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Live Streaming TikTok*, *Social Media Influencer*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow pada konsumen yang aktif menggunakan platform TikTok. Variabel bebas dalam penelitian mencakup *Live Streaming TikTok*, *Social Media Influencer*, dan Kualitas Produk, sedangkan variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian. Populasi penelitian terdiri dari pengguna TikTok yang pernah menonton *live streaming* promosi MS Glow atau melihat konten *influencer* yang membahas produk tersebut. Sampel penelitian melibatkan 105 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, dan analisis data dilakukan dengan bantuan *SmartPLS 4.0*. Proses analisis meliputi pengujian outer model, termasuk validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability*, dan *Cronbach's Alpha*, serta pengujian *inner model*, mencakup *R-Square* ( $R^2$ ), *F-Square* ( $F^2$ ), *Predictive Relevance* ( $Q^2$ ), dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Live Streaming TikTok* dan Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian skincare MS Glow. Sebaliknya, *Social Media Influencer* menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan, yang menandakan bahwa rekomendasi dari *influencer* tidak menjadi faktor utama yang memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk MS Glow melalui platform TikTok.

**Kata Kunci:** *Live Streaming TikTok*, *Social Media Influencer*, *Kualitas Produk*, Keputusan pembelian

MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of TikTok Live Streaming, Social Media Influencers, and Product Quality on the purchasing decisions of MS Glow skincare among consumers who are active on the TikTok platform. The independent variables in this study include TikTok Live Streaming, Social Media Influencers, and Product Quality, while the dependent variable is Purchasing Decision. The research population consists of TikTok users who have watched MS Glow promotional live streams or viewed influencer content related to the product. The research sample included 105 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using SmartPLS 4.0. The analysis process involved testing the outer model, which includes convergent validity, discriminant validity, composite reliability, and Cronbach's Alpha, as well as testing the inner model, which comprises R-Square ( $R^2$ ), F-Square ( $F^2$ ), Predictive Relevance ( $Q^2$ ), and hypothesis testing. The results indicate that TikTok Live Streaming and Product Quality have a positive and significant effect on the purchasing decisions of MS Glow skincare. In contrast, Social Media Influencers showed a negative and insignificant effect, suggesting that influencer recommendations are not a primary factor influencing consumers' decisions to purchase MS Glow products via the TikTok platform.*

**Keywords:** *TikTok Live Streaming, Social Media Influencer, Product Quality, Purchase Decision.*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	<b>0</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Kontribusi Penelitian	15
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	<b>17</b>
A. Kajian Pustaka	17
1. Manajemen Pemasaran	17
2. <i>Sustainable Development Goals (SDGs)</i>	18
3. Keputusan Pembelian Konsumen	20
a. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	20
b. Indikator Keputusan Pembelian Konsumen	21
4. <i>Live Streaming</i> Tiktok	22
a. Pengertian Live Streaming Tiktok	22
b. Indikator Live Streaming	23
5. <i>Social Media Influencer</i>	24
a. Pengertian Social Media Influencer	24
b. Indikator Social Media Influencer	25
6. Kualitas Produk	26
a. Pengertian Kualitas Produk	26
b. Indikator Kualitas Produk	27

B.	Penelitian Terdahulu	28
C.	Pengembangan Hipotesis	32
1.	Pengaruh <i>Live Streaming TikTok</i> Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.	Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> Terhadap Keputusan Pembelian	33
3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	34
D.	Kerangka Konseptual	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		<b>37</b>
A.	Waktu dan Lokasi Penelitian	37
B.	Desain Penelitian	37
C.	Definisi dan Operasional Variabel	38
1.	Pengertian Variabel	38
2.	Operasional Variabel	40
D.	Skala Pengukuran Variabel	42
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	43
1.	Populasi Penelitian	43
2.	Sampel Penelitian	44
F.	Metode Pengumpulan Data	45
G.	Metode Analisis Data	46
1.	Analisis Deskriptif	47
a.	Deskripsi Responden	47
b.	Deskripsi Variabel	47
2.	Analisis <i>Partial Least Square</i>	48
a.	Pengertian <i>Partial Least Square (PLS)</i>	48
b.	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> )	48
c.	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		<b>53</b>
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	53
B.	Statistik Deskriptif	55
1.	Deskripsi Responden	55
2.	Deskripsi Variabel	59
C.	Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i>	63
1.	Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> )	63
2.	Hasil Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )	73
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	79
1.	Pengaruh <i>Live Streaming Tiktok</i> terhadap Keputusan Pembelian	79
2.	Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> terhadap Keputusan Pembelian	80
3.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	82
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		<b>84</b>
A.	Simpulan	84

B. Implikasi Manajerial	85
C. Saran	88
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>99</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Total Penjualan di <i>Marketplace</i>	7
1.2	Pra <i>Survey</i>	12
2.1	Penelitian Terdahulu	28
3.1	Operasional Variabel Penelitian	41
3.2	Instrument Skala <i>Likert</i>	43
4.1	Jenis Kelamin Responden	56
4.2	Usia Responden	56
4.3	Pekerjaan Responden	57
4.4	<i>Range</i> Pengeluaran untuk Perawatan Wajah	58
4.5	Hasil Deskripsi <i>Live Streaming Tiktok</i>	59
4.6	Hasil Deskripsi <i>Social Media Influencer</i>	60
4.7	Hasil Deskripsi Kualitas Produk	61
4.8	Hasil Deskripsi Keputusan Pembelian	62
4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity (Outer Loadings)</i>	65
4.10	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	67
4. 11	Hasil Pengujian AVE ( <i>Average Variance Evtracted</i> )	69
4.12	Hasil Pengujian <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	70
4.13	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability &amp; Cronbach's Alpha</i>	71
4.14	Hasil Ringkasan Uji Validitas dan Reliabilitas	72
4.15	Hasil Pengujian <i>R-Square</i>	74
4.16	Hasil Pengujian <i>F-Square</i>	75
4.17	Hasil Pengujian <i>Predictive Relevanced</i>	76
4.18	Hasil Pengujian Hipotesis	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Tiktok, Instagram, dan Youtube jadi medsos favorit Gen Z <i>GoodStats</i>	2
1.2	<i>Platfrom Live Shopping</i> Terpopuler di Indonesia, 2024	4
1.3	Data Permintaan Skincare	6
1.4	<i>Top Brand</i> Perawatan dan Kecantikan terbaik di <i>E-Commerce</i>	9
3.1	Kerangka Konseptual	35
4.1	Hasil Uji Algoritma PLS	64
4.2	Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	77



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	99
2	Jawaban Responden	103
3	Hasil Deskripsi Responden	113
4	Hasil Deskripsi Variabel	114
5	Hasil Output PLS	116

