PENGARUH *ATTITUDE HOMOPHILY, TRUSTWORTHINESS* DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

(Studi Konten *Review* Tasya Farasya di TikTok)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Nama: Muftika Sari

NIM : 43122010101

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *ATTITUDE HOMOPHILY, TRUSTWORTHINESS* DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

(Studi Konten *Review* Tasya Farasya di TikTok)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Nama: Muftika Sari

NIM : 43122010101

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Muftika Sari
NIM	:	43122010101
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/ S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
"Pengaruh *Attitude Homophily*, *Trustworthiness*, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konten *Review* Tasya Farasya di TikTok) "
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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Juli 2026



Muftika Sari
NIM : 43122010101

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

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

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: MUFTIKA SARI
NIM	: 43122010101
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH ATTITUDE HOMOPHILY, TRUSTWORTHINESS DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Konten Review Tasya Farasya di TikTok)
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, 01 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/September/01/0000001251/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Muftika Sari
NIM	:	43122010101
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Attitude Homophily, Trustworthiness, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konten Review Tasya Farasya di TikTok)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 18 Juni 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

Cut Edwina Safia Oebit, S.E., M.M
NIDN/NUPTK: 0330118402

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-06266411

Scan QR or click here to Verification

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan petunjuk-nya, sehingga peneliti dapat menyusun skripsi yang berjudul: "Pengaruh *Attitude Homophily*, *Trustworthiness*, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konten *Review* Tasya Farasya di TikTok)." Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam melanjutkan tahap akhir studi program Sarjana Manajemen di Universitas Mercu Buana. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak yang telah membantu peneliti dalam prosesnya. Peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Cut Edwina Safia Oebit, SE,MM., selaku dosen pembimbing, atas waktu, perhatian, serta saran-saran berharga yang telah diberikan dengan sabar kepada peneliti.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti juga menghadapi berbagai tantangan. Namun dengan dukungan dari banyak pihak, Skripsi ini dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya. Untuk itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ass.Prof.Dudi Permana, P.hD, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

lib.mercubuana.ac.id

4. Dr. Janfry Sihite, SE, MSM., selaku dosen mata kuliah Metodologi Penelitian, atas bimbingannya selama proses perencanaan penelitian ini.
5. Seluruh dosen Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama perkuliahan.
6. Kepada Bapak Ramidi dan Ibu Watini, serta adik tersayang Khaerul Fikhy yang tanpa lelah memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang sebagai sumber kekuatan utama bagi peneliti untuk terus melangkah, bertahan, dan tumbuh.
7. Sahabat-sahabat terdekat peneliti Yohanita Mayang Pratiwi, Nia Febiati, Dela Febriana Wulansari, dan Fatih Sekar Ayu F., atas setiap waktu, perhatian, dan sumber semangat, dan ketulusan selama proses penyusunan penelitian ini.
8. Kepada sosok *Special*, Pramudia Bayu Pamungkas, atas segala bentuk perhatian, kasih sayang, serta sumber kebahagiaan yang tak henti diberikan dalam setiap langkah peneliti.
9. *Last but not least*, terima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang dan tetap melangkah, meski tidak selalu dalam kondisi terbaik.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti membuka diri terhadap kritik, saran, dan masukan yang membangun demi penyempurnaan penelitian ini di tahap selanjutnya. Akhir kata, semoga skripsi skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 12 Mei 2026

Muftika Sari
43122010101

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama	:	Muftika Sari
NIM	:	43122010101
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/ S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh *Attitude Homophily*, *Trustworthiness*, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konten *Review* Tasya Farasya di TikTok)

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 Juli 2026
Yang menyatakan,



Muftika Sari
NIM:43122010101

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *ATTITUDE HOMOPHILY, TRUSTWORTHINESS* DAN

CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

(Studi Konten *Review* Tasya Farasya di TikTok)

MUFTIKA SARI

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh *Attitude Homophily, Trustworthiness*, dan Citra Merek terhadap Minat Beli konsumen Generasi Z di DKI Jakarta. Penelitian ini berfokus pada individu Generasi Z yang pernah menyaksikan konten *review* produk yang disampaikan oleh Tasya Farasya melalui platform TikTok serta melakukan pembelian produk berdasarkan *review* tersebut. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara *online*. Populasi penelitian mencakup konsumen Generasi Z yang berdomisili di DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan yaitu *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, berdasarkan kriteria responden berusia 15–27 tahun, berdomisili di DKI Jakarta, serta pernah menonton dan terpengaruh oleh konten *review* produk Tasya Farasya di TikTok. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 200 responden yang ditentukan berdasarkan rumus Hair *et al.,* (2021). Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS 4.1). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Attitude Homophily* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. *Trustworthiness* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Selain itu, Citra Merek turut memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen Generasi Z di DKI Jakarta.

Kata Kunci : *Attitude Homophily, Trustworthiness*, Citra Merek, Minat Beli, *Influencer*

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *ATTITUDE HOMOPHILY, TRUSTWORTHINESS* DAN

CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

(Studi Konten *Review* Tasya Farasya di TikTok)

MUFTIKA SARI

ABSTRACT

This study was conducted to analyze the influence of Attitude Homophily, Trustworthiness, and Brand Image on the Purchase Intention of Generation Z consumers in Jakarta. The study focused on Generation Z individuals who had watched product review content delivered by Tasya Farasya through the TikTok platform and made product purchases based on those reviews. The type of data used in this study was primary data obtained through online questionnaire distribution. The research population consisted of Generation Z consumers residing in Jakarta. The sampling technique applied was non-probability sampling using a purposive sampling method, based on the criteria that respondents were aged 15–27 years, resided in Jakarta, and had watched and been influenced by product review content from Tasya Farasya on TikTok. The sample used in this study consisted of 200 respondents determined based on the Hair et al., (2021) formula. The data analysis method used was Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS 4.1). The results showed that Attitude Homophily had a positive and significant effect on Purchase Intention. Trustworthiness was also proven to have a positive and significant effect on Purchase Intention. In addition, Brand Image had a positive and significant effect on the Purchase Intention of Generation Z consumers in Jakarta.

Keywords: Attitude Homophily, Trustworthiness, Brand Image, Purchase Intention, Influencer

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH DI REPOSITORI UMB ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**
BAB I
PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian **1**
1.2 Rumusan Masalah **16**
1.3 Tujuan Penelitian **17**
1.4 Kontribusi Penelitian **17**
BAB II **19**
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **19**
2.1 Kajian Pustaka **19**
2.1.1 Perilaku Konsumen **19**
2.1.2 *Theory Social Influence* **22**
2.1.3 Sustainable Development Goals (SDGs) **27**
2.1.4 Minat Beli Konsumen **29**
2.1.5 *Attitude Homophily* **32**

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

2.1.6 *Trustworthiness* 34
2.1.7 Citra Merek 38
2.2 Penelitian Terdahulu 43
2.3 Pengembangan Hipotesis 49
2.4 Kerangka Penelitian 56
BAB III 59
METODE PENELITIAN 59
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 59
3.1.1 Waktu penelitian 59
3.1.2 Tempat Penelitian 59
3.1.3 Design Penelitian 59
3.1.4 Definisi dan Operasional Variabel 60
a. Definisi Variabel 60
b. Definisi Operasional Variabel 62
3.1.5 Skala Pengukuran Variabel 64
3.1.6 Populasi dan Sampel Penelitian 64
a. Populasi 64
b. Sampel Penelitian 65
3.1.7 Teknik Pengumpulan Data 66
3.1.8 Metode Analisis 67
a. Evaluasi *Measurement Model* (*Outer Model*) 68
b. Model Struktural atau Uji Hipotesis (*Inner Model*) 71
BAB IV 73
HASIL DAN PEMBAHASAN 73
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 73
4.1.1 Platform Tiktok 73
4.1.2 Profil *Influencer* Tasya Farasya 76
4.1.3 Profil Akun TikTok @tasyafarasya 79
4.1.4 Karakteristik Konten Tasyafarasya 81
4.1.5 Karakteristik *Audiens* Generasi Z di DKI Jakarta 84
4.1.6 Label *"Tasya Farasya Approved"* 85

lib.mercubuana.ac.id

4.2 Statistik Deskriptif 88
4.2.1 Deskripsi Responden 88
4.2.2 Deskripsi Variabel 92
4.2.3 Hasil Analisis *Partial Least Square* (*PLS*) 99
4.2.4 Pembahasan Hasil Penelitian 115
BAB V 121
KESIMPULAN & SARAN 121
5.1 KESIMPULAN 121
5.2 SARAN 122
DAFTAR PUSTAKA 127
LAMPIRAN 133

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra-Survey *Influencer* Tasya Farasya 13
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 43
Tabel 3. 1 Operasional Variabel..... 63
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert..... 64
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden 89
Tabel 4. 2 Usia Responden..... 89
Tabel 4. 3 Jenis Pekerjaan Responden 90
Tabel 4. 4 Pendapatan perbulan Responden 91
Tabel 4. 5 Domisili Responden..... 92
Tabel 4. 6 Variabel *Attitude Homophily* 93
Tabel 4. 7 Variabel *Trustworthiness* 94
Tabel 4. 8 Variabel Citra Merek 96
Tabel 4. 9 Variabel Minat Beli..... 98
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian *Convergent Validity (Outer Loadings)* 101
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian *Convergent Validity (Outer Loadings)* 103
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian *AVE (Average Variance Evtracted)*..... 105
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian *Discriminant Validity* 106
Tabel 4. 14 Hasil *Fornell Larcker Criterion*..... 107
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian *Composite Reliability & Cronbach's Alpha*..... 109
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian *R-Square* 111
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian *Predictive Relevanced* 112
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis..... 114

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 *Tiktok Quarterly User* 2018 to 2024 (mm) 3
Gambar 1. 2 *Number of active TikTok User by country* 4
Gambar 1. 3 Pengaruh *Influencer* Terhadap Perilaku Konsumen di Indonesia 7
Gambar 1. 4 Konten *Influencer* yang Paling Populer di Indonesia..... 8
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian 57
Gambar 4. 1 Platform TikTok 73
Gambar 4. 2 Konten TikTok 75
Gambar 4. 3 Profil *Influencer* Tasya Farasya 77
Gambar 4. 4 Profil Akun TikTok Tasya Farasya 80
Gambar 4. 5 Karakteristik Konten TikTok Tasya Farasya 81
Gambar 4. 6 Karakteristik konten TikTok Tasya Farasya 82

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 133
Lampiran 2 *Screening* Kriteria Responden 134
Lampiran 3 Profil Responden 134
Lampiran 4 Kuisioner 136
Lampiran 5 Jawaban Responden 143

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id