



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* PADA *MEDIA ONLINE FEMALE DAILY NETWORK* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK KOSMETIK
FOCALLURE**

(Studi *Followers Akun Instagram @Femaledailynetwork*)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

Annisya Tri Nuraini

44318010051

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Annisya Tri Nuraini
NIM : 44318010051
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : "Pengaruh *Online Customer Review* Pada Media *Online Female Daily Network* Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik *Focallure*" (Studi *Followers* Instagram @*Femaledailynetwork*) adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Jakarta, 21 Februari 2022
Yang membuat pernyataan,



(Annisya Tri Nuraini)

Mengetahui,

Pembimbing

(Berliani Ardha, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Annisya Tri Nuraini
NIM : 44318010051
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : "Pengaruh *Online Customer Review* Pada Media *Online Female Daily Network* Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Focallure"
(Studi *Followers* Instagram @Femaledailynetwork)

Jakarta, 21 Februari 2022

Mengetahui,
Pembimbing

(Berliani Ardha, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Annisya Tri Nuraini
NIM : 44318010051
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : "Pengaruh *Online Customer Review* Pada Media *Online Female Daily Network* Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik *Focallure*"
(Studi *Followers Instagram @Femaledailynetwork*)

Jakarta, 21 Februari 2021

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ketua Sidang : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom (.....)

Penguji Ahli : Engga Probi Endri, MA (.....)

Pembimbing : Berliani Ardha, M.Si (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : ”Pengaruh *Online Customer Review* Pada Media *Online Female Daily Network* Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik *Focallure*”
(Studi *Followers* Instagram @Femaledailynetwork)

Nama : Annisya Tri Nuraini
NIM : 44318010051
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 21 Februari 2022
Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi
Advertising & Marketing Communication

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Pembimbing

(Berliani Ardha, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala berkah, rahmat, karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul **PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* PADA MEDIA *ONLINE FEMALE DAILY NETWORK* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK KOSMETIK FOCALLURE (Studi *Followers Akun Instagram @Femaledailynetwork*)**. Penyusunan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication*.

Dalam menyusun laporan tugas akhir skripsi ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, namun berkat dukungan, dorongan, dan semangat dari berbagai pihak, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. **Ibu Berliani Ardha, M.Si** selaku Dosen Pembimbing dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah membimbing, memberi dukungan, waktu, pikiran serta pengarahan dalam proses menyelesaikan laporan tugas akhir skripsi penulis.
2. **Ibu Eka Perwitasari Fauzi, S,Sos, M.Ed** selaku Ketua Program Studi Advertising & Marketing Communication dan **Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom** selaku Sekretaris Bidang Studi Advertising & Marketing Communication, Universitas Mercu Buana, yang telah izin kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
3. **Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
4. **Ibu Dr.Elly Yuliawati, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin kepada penulis dalam

penulisan skripsi ini.

5. **Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom** selaku ketua sidang dan **Bapak Engga Probi Endri, MA** selaku dosen penguji yang sudah meluangkan waktu dan memberi kritik dan saran untuk penelitian ini sehingga bisa menjadi lebih baik.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication* yang telah memberikan dukungan, pikiran, waktu, dan pengajaran yang baik selama penulis mengikuti perkuliahan.
7. Keluarga peneliti, yaitu Ibu Sumai Arsih dan Bapak Hari yang menjadi motivasi peneliti untuk menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu dan memberi doa dan support yang tak henti baik secara moral dan materi. Serta kedua kakak peneliti Herman dan Rachmat juga terimakasih.
8. Liyan, RMB 2018, Ciwi-Ciwi SCI dan Sahabat-Sahabat saya yang sudah menghibur, membantu dan memberikan dukungan serta doa yang tiada hentinya dipanjatkan sehingga tugas akhir skripsi ini dapat selesai.
9. Terima kasih dan bersyukur juga untuk diri saya sendiri karena sudah berhasil melalui tahap-tahap tugas akhir ini, saya yakin kamu bisa melalui hal-hal hebat lainnya!

Ucapan terima kasih yang berlimpah tentunya penulis sampaikan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala doa dan bantuannya.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari kata sempurna dikarenakan masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik. Terima kasih atas bantuan dari semua pihak, semoga Allah memberikan berkah-Nya.

Jakarta, 17 Februari 2022

Annisya Tri Nuraini

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Kajian Teoretis.....	21
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	21
2.2.2 Digital Marketing.....	22
2.2.3 Perkembangan Online Customer Review	23
2.2.4 Online Customer Review	26
2.2.5 Dimensi Online Customer Review.....	28
2.2.6 Minat Beli	29
2.2.7 Indikator Minat Beli.....	30
2.3 Hipotesis Teori.....	31
BAB III	32
METODOLOGI PENELITIAN.....	32

3.1	Paradigma Penelitian	32
3.2	Metode Penelitian	32
3.3	Populasi dan Sample	33
3.3.1	Populasi.....	33
3.3.2	Sampel.....	34
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	36
3.4	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	36
3.4.1	Definisi Konsep.....	36
3.4.2	Operasionalisasi Konsep	37
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5.1	Data Primer	39
3.5.2	Data Sekunder	40
3.5.3	Uji Validitas	40
3.5.4	Uji Reliabilitas	41
3.6	Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1	Analisis Korelasi.....	42
3.6.2	Analisis Regresi Linier Sederhana	44
3.6.3	Uji Hipotesis Statistik	44
3.6.4	Uji Koefisien Determinasi	45
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1	Profil Perusahaan Focallure	46
4.1.2	Profil Perusahaan Female Daily Network.....	50
4.2	Karakteristik Responden	53
4.2.1	Jenis Kelamin Responden	54
4.2.2	Usia Responden.....	54
4.2.3	Pekerjaan Responden	55
4.2.4	Responden Female Daily Network	56
4.2.5	Responden Focallure.....	56
4.3	Karakteristik Variabel.....	56
4.3.1	Frekuensi Jawaban Respon Variabel <i>Online Customer Review (X)</i>	56

4.3.2	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y)	65
4.4	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	68
4.4.1	Hasil Uji Validitas	68
4.4.2	Hasil Uji Reabilitas	69
4.5	Analisis Statistik	70
4.5.1	Hasil Uji Korelasi	70
4.5.2	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	72
4.5.3	Uji Hipotesis Statistik	73
4.5.4	Koefisien Determinan (r^2)	75
4.6	Pembahasan	76
BAB V		85
KESIMPULAN DAN SARAN		85
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Saran	85
5.2.1	Saran Akademis	85
5.2.2	Saran Praktis	86
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN		94

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia.....</i>	<i>1</i>
<i>Gambar 1. 2 Data Social Media yang banyak digunakan di Indonesia</i>	<i>2</i>
<i>Gambar 1. 3 Data Kompetitor Focallure</i>	<i>13</i>
<i>Gambar 1. 4 Instagram Focallure Indonesia</i>	<i>14</i>
<i>Gambar 3. 1 Instagram Female Daily Network.....</i>	<i>35</i>
<i>Gambar 4. 1 Brand Positioning Focallure.....</i>	<i>48</i>
<i>Gambar 4. 2 Produk-Produk Focallure</i>	<i>50</i>
<i>Gambar 4. 3 Profil & Postingan Produk Focallure</i>	<i>51</i>
<i>Gambar 4. 4 Tampilan Review Produk Kosmetik Focallure di Female Daily</i>	<i>52</i>
<i>Gambar 4. 5 Beauty Studio by Female Daily Network.....</i>	<i>53</i>
<i>Gambar 4. 6 Tampilan Online Customer Review Produk Kosmetik Focallure....</i>	<i>81</i>
<i>Gambar 4. 7 Try and Review Female Daily Network.....</i>	<i>82</i>
<i>Gambar 4. 8 Female Daily Talk (FD Talk) beauty talk.....</i>	<i>83</i>



DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu</i>	17
<i>Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel</i>	37
<i>Tabel 3. 2 Tabel Skor Skala</i>	39
<i>Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi</i>	42
<i>Tabel 3. 4 Nilai Koefisien Korelasi</i>	43
<i>Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden</i>	54
<i>Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden</i>	54
<i>Tabel 4. 3 Karakteristik Pekerjaan Responden</i>	55
<i>Tabel 4. 4 Mengetahui Female Daily Network</i>	56
<i>Tabel 4. 5 Mengetahui Focallure</i>	56
<i>Tabel 4. 6 Frekuensi Variabel Online Customer Review (X)</i>	56
<i>Tabel 4. 7 Frekuensi Variabel Minat Beli (Y)</i>	65
<i>Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Online Customer Review (X)</i>	68
<i>Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y)</i>	69
<i>Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas Online Customer Review</i>	69
<i>Tabel 4. 11 Hasil Uji Reabilitas Minat Beli</i>	69
<i>Tabel 4. 12 Uji Korelasi</i>	70
<i>Tabel 4. 13 Rekapitulasi Hasil Regresi</i>	73
<i>Tabel 4. 14 Uji Hipotesis</i>	74
<i>Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinan</i>	75
<i>Tabel 4. 16 Dimensi Dominan</i>	83

MERCU BUANA