



**PENGARUH KONTEN *REVIEWBEAUTY INFLUENCER* DI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU
IMPULSE BUYING GENERASI Z**

(Survei Pada Mahasiswa Aktif S1 Akuntansi Universitas Mercu Buana)

SKIRIPSI

(**Penelitian Kuantatif**)

Sabitha Salmadinda

44220010086

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sabitha Salmadinda

NIM : 44220010086

Program Studi : Public Relations

Judul Skripsi : Pengaruh Konten *Review Influencer* Di Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Generasi Z

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Skripsi terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Oktober 2023


(Sabitha Salmadinda)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi ini diajukan oleh:

Nama : Sabitha Salmadinda
NIM : 44220010086
Program Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Pengaruh Konten *Review Influencer* Di
Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Generasi Z

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 Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Dr. A. Rahman HI, M.Si
NIDN : 0330126403

()

Ketua Penguji : Assoc. Prof. Dr. Farid Hamid U, M.Si
NIDN : 0301117301

()

Penguji Ahli : Mardhiyyah, M.Ikom
NIDN : 0314038802

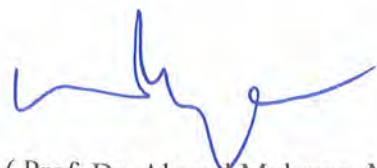
()

Jakarta, November 2023

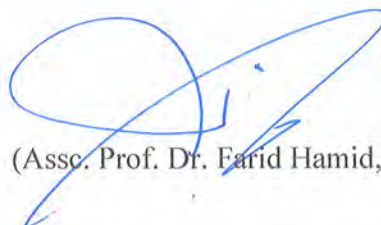
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Assc. Prof. Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Sabitha Salmadinda
NIM : 44220010086
Program Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Pengaruh Konten *Review Influencer* Di Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Generasi Z

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 sayayang 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 Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama sayasebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Oktober 2023

Yang menyatakan,



(Sabitha Salmadinda)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Konten *Reviewbeauty Influencer* Di Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Generasi Z”. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah selain untuk menambah wawasan tentang ilmu yang penulis tempuh, juga untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Studi Strata 1 (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, nasehat dan bantuan, serta do’a dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengungkapkan terimakasih kepada :

1. Dr. A. Rahman HI, M.Si selaku Dosen Pembimbing, yang telah meluangkan waktu, memberikan saran, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
2. Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Assc. Prof. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana sekaligus Ketua Penguji Tugas Akhir.
5. Kurniawan Prasetyo, M.Ikom. Selaku Sekertaris Bidang Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom. Selaku Sekertaris Bidang Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Mardhiyyah, M.Ikom selaku Dosen Penguji Tugas akhir atas koreksi dan arahan serta masukannya.
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.

9. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.

10. Kedua orang tua penulis yaitu Mama dan Papa yang tidak henti-hentinya selalu mengingatkan penulis untuk selalu semangat dan berjuang untuk memperoleh gelar ini.

11. Teman-teman yang setia memberikan bantuan, dukungan, dan semangat kepada penulis selama kuliah dan proses penyelesaian skripsi ini Intan Komala, Shafaussarirah, Wulan Novianti, Zhafira Asy-syafa.

12. Sabitha Salmadinda yakni diri penulis sendiri yang selalu berusaha untuk kuat dan melakukan yang terbaik dan juga M. Faisal Hosen yang memberi warna baru dalam hidup penulis, memberikan perhatian, cinta serta semangat.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat menambahkan pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta, Oktober 2023

Sabitha Salmadinda
4422000086

DAFTAR ISI

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response)	14
2.3 Komunikasi Interpersonal Bermedia.....	15
2.3.1 Komunikasi Interpersonal	15
2.3.2 Komponen Komunikasi Interpesonal.....	16
2.3.3 Jenis Komunikasi Interpersonal	18
2.3.4 Perspektif Komunikasi Interpersonal	19
2.3.5 Komunikasi Interpersonal Bermedia	21
2.4 Electronic Word of Mouth (eWOM).....	23

2.5	Public Relations.....	24
2.6	Pesan.....	25
2.6.1	Konten.....	25
2.7	<i>Influencer</i>	27
2.8	New Media	28
2.8.1	Media Sosial.....	30
2.8.2	Instagram.....	33
2.9	Perilaku Konsumen	35
2.9.1	<i>Impulse Buying</i>	38
2.10	Generasi Z.....	39
2.11	Hipotesis Teori.....	40
BAB III	42
METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1	Paradigma Penelitian.....	42
3.2	Metode Penelitian.....	44
3.3	Populasi dan Sampel	45
3.3.1	Populasi.....	45
3.3.2	Sampel.....	45
3.4	Definisi Konsep dan Operasional Konsep	46
3.4.1	Definisi Konsep.....	46
3.4.2	Operasionalisasi Konsep	47
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.5.1	Data Primer	51
3.5.2	Data Sekunder	52
3.6	Teknik Analisis Data.....	52
3.6.1	Analisis Deskripsi Responden.....	53
3.6.2	Uji Kualitas Data.....	54
3.6.3	Uji Normalitas	55
3.6.4	Hipotesis dan Uji Hipotesis.....	55
BAB IV	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	58

4.1.1	Gambaran Umum Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Mercu ` Buana 58	
4.1.2	Deskripsi Identitas Profil Responden Penelitian.....	59
4.2	Analisis Deskriptif dan Perhitungan Variabel.....	62
4.2.1	Analisis Deskriptif dan Perhitungan Dimensi Opennes.....	62
4.2.2	Analisis Deskriptif dan Perhitungan Dimensi Supportivness	62
4.2.3	Analisis Deskriptif dan Perhitungan dimensi Emphaty	63
4.2.4	Analisis Deskriptif dan Perhitungan Dimensi Equality	64
4.2.5	Analisis Deskriptif dan Perhitungan Dimensi Positiveness	65
4.2.6	Analisis Deskriptif dan Perhitungan Variabel (Y).....	65
4.3	Uji Kualitas Data	67
4.3.1	Uji Validitas	67
4.3.2	Uji Reliabelitas.....	70
4.4	Uji Normalitas	70
4.5	Uji Hipotesis.....	72
4.6	Pembahasan	74
4.6.1	Uji F	74
4.6.2	Uji r	75
4.6.3	Uji t	75
BAB V	79
SIMPULAN DAN SARAN	79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran.....	79
5.2.1	Saran Akademis	79
5.2.2	Saran Praktis	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3 1 Skala Likert (Sugiyono, 2014).....	52
Tabel 3 2 Nilai Cronbach's Alpha (Sugiyono; 2016).....	55
Tabel 4 1 Deskripsi Identitas Responden.....	60
Tabel 4 2 Tanggapan Responden Mengenai Oppeness.....	62
Tabel 4 3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Supportivness</i>	63
Tabel 4 4 Tanggapan Responden Mengenai <i>Emphaty</i>	63
Tabel 4 5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Equality</i>	64
Tabel 4 6 Tanggapan Responden Mengenai <i>Positiveness</i>	65
Tabel 4 7 Tanggapan Responden Mengenai <i>Impulse Buying</i>	66
Tabel 4 8 Uji Validitas <i>Openness</i> (X1) SPSS.26.....	67
Tabel 4 9 Uji Validitas <i>Supportivnes</i> (X2) SPSS.26	67
Tabel 4 10 Uji Validitas <i>Emphaty</i> (X3) SPSS.26	68
Tabel 4 11 Uji Validitas <i>Equality</i> (X4) SPSS.26	68
Tabel 4 12 Uji Validitas <i>Positiveness</i> (X5) SPSS.26.....	69
Tabel 4 13 Uji Validitas <i>Impulse Buying</i> (Y) SPSS.26.....	69
Tabel 4 14 Uji Reliabelitas (SPSS.26)	70
Tabel 4 15 Uji Normalitas (SPSS.26)	70
Tabel 4 16 Uji F	72
Tabel 4 17 Uji t	72
Tabel 4 18 Uji Regresi Linear Berganda.....	73
Tabel 4 19 Uji Koefisien Determinasi	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tulisan akun @civivians dalam twitnya	2
Gambar 1. 2 Instagram Tasya Farasya (https://instagram.com/tasyafarasya?igshid=MzRIODBiNWFIZA==), Instagram Fani Rahm (https://instagram.com/fanirahm?igshid=MzRIODBiNWFIZA==).....	5
Gambar 3. 1 Model Konseptual	44
Gambar 4. 1 Grafik Histogram.....	71
Gambar 4. 2 Grafik P-P Plot	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Contoh form kuesioner.....	85
Lampiran 2. Tabulasi kuesioner.....	88
Lampiran 3. Output pengolahan data	94
Lampiran 4. Curriculum Vitae.....	100

