

**PENGARUH KONTEN *RATING & REVIEW* NANO-MICRO
INFLUENCER DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE* SKIN1004
PADA GENERASI Z PENGGUNA TIKTOK**

SKRIPSI

Oleh:

VALERIANA JENNY YEHEZKIEL
2271650123



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2025

**PENGARUH KONTEN *RATING & REVIEW* NANO-MICRO
INFLUENCER DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE* SKIN1004
PADA GENERASI Z PENGGUNA TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

VALERIANA JENNY YEHEZKIEL
2271650123



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2025

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMUPOLITIK
Jl. Mayjen Sutoyo No 2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia
Telp. (021)-8092425, 8009190 Psw. 3461, Faks (021) 80886884
Email: fasipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Valeriana Jenny Yehezkiel

NIM : 2271650123

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **"PENGARUH KONTEN RATING & REVIEW NANO-MICRO INFLUENCER DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SKIN1004 PADA GENERASI Z PENGGUNA TIKTOK"** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Bila terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 8 Juli 2026



Valeriana Jenny Yehezkiel

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Mayjen Sutoyo No 2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia
Telp. (021) 8092425, 8009190 Psw. 3461 Faks (021) 80886884
Email: info@ukri.ac.id, Homepage: <https://www.ukri.ac.id>

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR PENGARUH KONTEN RATING & REVIEW NANO-MICRO INFLUENCER DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SKIN1004 PADA GENERASI Z PENGGUNA TIKTOK

Oleh:

Nama : Valeriana Jenny Yehezkiel

No. Induk Mahasiswa : 2271650123

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 8 Juli 2026

Menyetujui,
Pembimbing

(Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si.)

NIDN: 0310025801

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)

NIDN: 0306108902

Dekan

(Dr. Verdinand Robertus, M.Soc. Sc.)

NIDN: 314038602

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

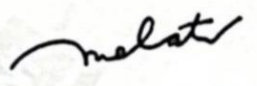
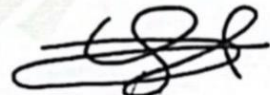
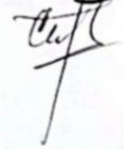
Jl. Mayjen Sutoyo No 2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fasipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 22 Juni 2026 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama Mahasiswa : Valeriana Jenny Yehezkiel
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650123
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "PENGARUH KONTEN RATING & REVIEW NANO-MICRO INFLUENCER DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SKIN1004 PADA GENERASI Z PENGGUNA TIKTOK" oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Dr. Melati Mediana Tobing, S.T., S.I.Kom., M.Si.	Sebagai Ketua	
2. Dr. Adde Oriza Rio, M.Si.	Sebagai Anggota	
3. Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si.	Sebagai Anggota	

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Valeriana Jenny Yehezkiel
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650123
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PENGARUH KONTEN RATING & REVIEW NANO-MICRO INFLUENCER DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SKIN1004 PADA GENERASI Z PENGGUNA TIKTOK

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Hasil Ujian Skripsi" pada tanggal 22 Juni 2026

Jakarta, 8 Juli 2026

Menyetujui,
Ketua Sidang/Penguji I

(Dr. Melati Mediana Tobing, S.T., S.I.Kom., M.Si.)

Penguji II

(Dr. Adde Oriza Rio, M.Si.)

Penguji III

(Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si.)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No 2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fasipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Valeriana Jenny Yehezkiel
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650123
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Skripsi : PENGARUH KONTEN RATING & REVIEW
NANO-MICRO INFLUENCER DALAM KEPUTUSAN
PEMBELIAN SKINCARE SKIN1004 PADA GENERASI Z
PENGUNA TIKTOK

Telah Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 8 Juli 2026

Yang menyatakan,

Valeriana Jenny Yehezkiel

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, penyertaan, serta kekuatan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Konten *Rating & Review* Nano-Micro *Influencer* dalam Keputusan Pembelian *Skincare* SKIN1004 pada Generasi Z Pengguna TikTok” dengan tepat waktu. Skripsi ini disusun untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai apakah konten *rating* dan *review* nano-micro *influencer* di TikTok berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *skincare* SKIN1004 pada Generasi Z.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat, kesehatan, kekuatan, serta kesempatan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si. sebagai dosen pembimbing, Ibu Dr. Melati Mediana Tobing, S.T., S.I.Kom., M.Si. dan Dr. Adde Oriza Rio, M.Si sebagai dosen penguji yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan, dan saran selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh pihak universitas yang telah membantu kelancaran proses akademik dan administrasi selama penyusunan skripsi.
4. Seluruh responden penelitian yang meluangkan waktu dan bersedia mengisi

kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

5. Keluarga yang memberikan doa dan dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
6. Diri penulis sendiri yang telah berusaha, bertahan, dan menyelesaikan seluruh proses penelitian hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Leona Andrianta, Nabila Chairul, Yupita Nazwa, Chika Natasya, Areta Escalonia, dan sahabat lainnya yang tidak dapat disebutkan untuk semangat, doa, dan bantuan yang diberikan selama penulis menyusun skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi tambahan referensi dalam pengembangan ilmu komunikasi. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 10 Juni 2026

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.4.3 Manfaat Sosial	12
1.5 Kerangka Pemikiran Konseptual	12
1.5.1 Electronic Word of Mouth Theory (E-WOM)	12
1.5.2 Model AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>)	14
1.6 Hipotesis	19
1.6.1 Hipotesis Penelitian	19

1.7 Metodologi Penelitian	19
1.7.1 Pendekatan Penelitian	19
1.7.2 Tipe Penelitian	20
1.7.3 Metode Penelitian	20
1.7.4 Populasi dan Sampel	20
1.7.5 Metode Pengumpulan Data	21
1.7.6 Definisi dan Operasional Konsep	22
1.7.7 Skala Pengukuran	23
1.7.8 Teknik Analisis dan Interpretasi	24
BAB II DESKRIPSI UMUM PENELITIAN	25
2.1 Fenomena <i>Influencer</i> Marketing di Media Sosial	26
2.2 Kredibilitas Nano-Micro <i>Influencer</i> di TikTok	28
2.3 Sejarah dan Perkembangan TikTok di Indonesia	30
2.4 Karakteristik Generasi Z sebagai Konsumen	31
2.5 Industri <i>Skincare</i> di Indonesia	32
2.6 Brand SKIN1004	32
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	35
3.2 Hasil Pengolahan Data	36
3.3 Hasil Analisis Data	40
3.4 Hasil Analisis Data	44
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	48
4.1 Kesimpulan	48
4.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tabel Hasil Uji Validitas	35
Tabel 3.2	Tabel Hasil Uji Validitas	36
Tabel 3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 3.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan TikTok	38
Tabel 3.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Mempertimbangkan atau Membeli Produk <i>Skincare</i> SKIN1004	38
Tabel 3.8	Tabel Hasil Statistik Deskriptif	39
Tabel 3.9	Tabel Hasil Uji Normalitas	40
Tabel 3.10	Tabel Hasil Uji Linearitas	41
Tabel 3.11	Tabel Persamaan Regresi Linear	42
Tabel 3.12	Tabel Koefisien Determinasi (R^2)	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Platform Media Sosial yang Disukai Masyarakat Indonesia	2
Gambar 1.2 Data Alasan Publik Menggunakan Media Sosial.....	3
Gambar 2.1 Konten <i>Rating</i> dan <i>Review</i> SKIN1004	9
Gambar 2.2 <i>Account Nano Influencer</i>	9
Gambar 2.3 Konten <i>Rating</i> dan <i>Review</i> SKIN1004	10
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	19



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Jumlah Responden	54
Lampiran 2. Karakteristik Responden	56
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas	57
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	58
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	58
Lampiran 6. Hasil Uji Statistik Deskriptif	59
Lampiran 7. Koefisien Determinasi	59
Lampiran 8. Persamaan Regresi Linear	60
Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas	61
Lampiran 10. Hasil Uji Linearitas	61
Lampiran 11. Google Form	62

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh konten *rating* dan *review* yang dibuat oleh *nano-micro influencer* di TikTok terhadap keputusan pembelian produk skincare SKIN1004 pada Generasi Z. Metode yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan sampel 125 responden yang dipilih menggunakan *purposive sampling* berdasarkan kriteria penggunaan TikTok dan pengalaman melihat konten *review* SKIN1004. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, serta regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten *rating* dan *review* nano-micro influencer memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,603 menunjukkan bahwa 60,3% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel konten *rating* dan *review*, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa konten yang informatif, jujur, dan autentik dari nano-micro *influencer* mampu meningkatkan minat dan keyakinan Generasi Z dalam membeli produk *skincare*. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi strategi pemasaran digital, khususnya bagi *brand skincare* seperti SKIN1004, untuk memanfaatkan nano-micro influencer sebagai sarana promosi yang efektif dan terpercaya.

Kata Kunci: Generasi Z; nano-micro *influencer*; keputusan pembelian; konten *rating* dan *review*; TikTok

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of rating and review content created by nano-micro influencers on TikTok on the purchase decision of SKIN1004 skincare products among Generation Z. A quantitative survey method was employed with a sample of 125 respondents selected using purposive sampling based on TikTok usage and exposure to SKIN1004 review content. Data were collected via online questionnaires and analyzed using validity and reliability tests as well as simple linear regression. The results indicate that rating and review content by nano-micro influencers has a positive and significant effect on purchase decisions. The coefficient of determination (R^2) of 0.603 shows that 60.3% of the variation in purchase decisions can be explained by the influencer content, while the remaining 39.7% is influenced by factors outside the research model. These findings confirm that informative, honest, and authentic content from nano-micro influencers effectively enhances Generation Z's interest and confidence in purchasing skincare products. The study provides practical implications for digital marketing strategies, particularly for skincare brands like SKIN1004, to leverage nano-micro influencers as an effective and credible promotional channel.

Keywords: *nano-micro influencer; Generation Z; purchase decision; rating and review content; TikTok*

