

**PENGARUH INTERAKSI PENGGUNA PADA KONTEN TIKTOK, E-
WOM, DAN *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* PT X DI KOTA MALANG**

TUGAS AKHIR

**Oleh
IDA BAGUS WILY PUTRA ABHIRAMA
2219008**



**INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL S-1
FEBRUARI 2026**

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR
PENGARUH INTERAKSI PENGGUNA PADA KONTEN TIKTOK, E-
WOM, DAN *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* PT X DI KOTA MALANG

Tugas Akhir yang diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Bisnis (S.Bns.) Strata-1 (S-1) Bisnis Digital S-1 Institut Teknologi Nasional Malang, yang disusun oleh

Nama : Ida Bagus Wily Putra Abhirama
NIM : 2219008
Program Studi : Bisnis Digital S-1
Fakultas : Fakultas Teknologi Industri

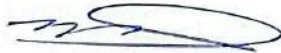
telah disetujui pada tanggal: 13 Februari 2026

Menyetujui
Dosen Pembimbing I Tugas Akhir



Dra. Sri Indriani, MM.
NIP. 1018600130

Dosen Pembimbing II Tugas Akhir



Nur Adilla, SE., MM.
NIP. 1032300627



Mengetahui,
Kepala Program Studi Bisnis Digital S-1,

Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP. 1031500499

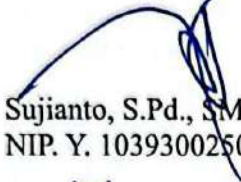
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir oleh Ida Bagus Wily Putra Abhirama ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 22 Januari 2026.

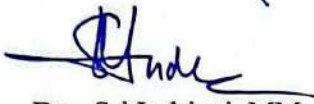
Dewan Penguji



Emmalia Adriantantri, ST., MM
NIP. P 1030400401



Sujianto, S.Pd., SM., MM.
NIP. Y. 1039300250



Dra. Sri Indriani, MM.
NIP. 1018600130



Nur Adilla, SE., MM.
NIP. 1032300627



Mengetahui,
Ketua Program Studi Bisnis Digital S-1,
Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP. P 1031500499



PERKUMPULAN PENGELOLA PENDIDIKAN UMUM DAN TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER TEKNIK**

PT. BNI (PERSERO) MALANG
BANK NIAGA MALANG

Kampus I : Jl. Bendungan Sigura-gura No.2 Telp. (0341) 551431 (Hunting), Fax (0341) 553015 Malang 65145
Kampus II : Jl. Raya Karanglo, Km 2 Telp. (0341) 417636 Fax. (0341) 417634 Malang

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI**

NAMA : IDA BAGUS WILY PUTRA ABHIRAMA
NIM : 2219008
PRODI : BISNIS DIGITAL S-1
JUDUL : PENGARUH INTERAKSI PENGGUNA PADA KONTEN
TIKTOK, E-WOM, DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE PT X DI KOTA MALANG
Diperhatikan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir jenjang program Strata Satu
(S-1)
pada hari : Kamis
tanggal : 22 Januari 2026
dengan Nilai : 77.90

PANITIA UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua,


Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP.P 1031500499

Sekretaris,


Reiny Ditta Myrtanti, S.T., M.T.
NIP.P 1032000577

ANGGOTA PENGUJI

Penguji I,


Emmalia Adriantantri, ST., MM
NIP. P 1030400401

Penguji II,


Sujianto, S.Pd., SM., MM.
NIP. Y. 1039300250

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ida Bagus Wily Putra Abhirama
NIM : 2219008
Program Studi : Bisnis Digital S-1
Fakultas : Fakultas Teknologi Industri

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi/falsifikasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Tugas Akhir ini hasil plagiasi/falsifikasi/fabrikasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 13 Februari 2026
Yang membuat pernyataan



Ida Bagus Wily Putra Abhirama
NIM. 2219008

ABSTRAK

Abhirama, I. B. W. P. 2026. *Pengaruh Interaksi Pengguna Pada Konten Tiktok, e-WOM, dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare PT X di Kota Malang*. Tugas Akhir, Program Studi Bisnis Digital S-1, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang. Pembimbing (I) Dra. Sri Indriani, MM., Pembimbing (II) Nur Adilla, SE., MM.

Kata Kunci: *TikTok, User Interaction, Electronic Word of Mouth, Influencer Marketing, Purchase Decision, Skincare*

Perkembangan media sosial telah mengubah cara konsumen mencari informasi dan mengambil keputusan pembelian, khususnya pada produk *skincare* yang memerlukan tingkat kepercayaan tinggi. Konten digital di TikTok, ulasan pengguna, serta rekomendasi *influencer* berperan sebagai rangsangan pemasaran yang mampu membentuk kesadaran, rasa ingin tahu, dan keinginan konsumen terhadap suatu produk. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji pengaruh interaksi pengguna pada konten TikTok, *electronic word of mouth* (e-WOM), dan *influencer marketing* terhadap keputusan pembelian salah satu produk *skincare* PT X di Kota Malang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan metode survei terhadap 100 responden pengguna TikTok di Kota Malang. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, dan uji F untuk menguji pengaruh parsial dan simultan antarvariabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi pengguna pada konten TikTok, e-WOM, dan *influencer marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan, dengan nilai adjusted R^2 sebesar 0,707. Temuan ini menunjukkan bahwa keterlibatan pengguna, kredibilitas informasi, dan pengaruh sosial berperan penting dalam mendorong keputusan pembelian produk *skincare* di era pemasaran digital.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Tuhan YME yang telah memberikan berkah dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Maksud dan tujuan penulis menyusun Tugas Akhir adalah untuk melengkapi persyaratan yang harus diambil sebagai salah satu syarat untuk kelulusan Sarjana Bisnis Digital.

Dengan terselesaikannya Tugas Akhir ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr.Eng. I Komang Somawirata, S.T., M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Nasional Malang.
2. Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd. selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital S-1 Institut Teknologi Nasional Malang.
3. Dra. Sri Indriani selaku dosen pembimbing 1 Tugas Akhir.
4. Nur Adilla, SE., MM selaku dosen pembimbing 2 Tugas Akhir.
5. Keluarga serta rekan-rekan dibalik layar penyusunan Tugas Akhir yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis sadar bahwa masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran kepada pembaca yang mungkin sangat berguna untuk membangun kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Penulis,

Ida Bagus Wily Putra Abhirama
NIM. 2219008

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Batasan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Definisi Operasional.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.2 Grand Theory	16
2.3 Support Theory.....	17
2.4 Kajian Penelitian Terdahulu	19
2.5 Kerangka Berpikir, Alur, dan Rancangan Hipotesis	21
BAB III METODE	24
3.1. Rancangan Penelitian	24
3.2. Populasi dan Sampel	24
3.3. Instrumen Penelitian.....	27
3.4. Pengumpulan Data	29
3.5. Analisis Data	31
3.6. Alur Proses Penelitian	35
BAB IV PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.2 Karakteristik Responden	38

4.3	Deskripsi Variabel Penelitian	43
4.4	Uji Instrumen Penelitian	47
4.5	Uji Asumsi Klasik	50
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
4.7	Uji Hipotesis.....	54
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	56
BAB V PENUTUP.....		64
5.1	Kesimpulan	64
5.2	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN		69
RIWAYAT HIDUP		102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah pengguna TikTok di Dunia	1
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 3.1 Diagram Alir.....	35
Gambar 4.1 Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.6 Operasionalisasi Instrumen	28
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Status/Pekerjaan.....	39
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	40
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Domisili Kecamatan di Kota Malang.....	41
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan TikTok per Minggu	42
Tabel 4.7 Hasil Pertanyaan Screening Paparan Responden terhadap PT X.....	43
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X_1	44
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X_2	45
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X_3	45
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4.16 Hasil Uji Linearitas	52
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	53
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial).....	54
Tabel 4.20 Hasil Uji F (Stimultan).....	55