

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *LIVE STREAMING*,  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK SUNSCREEN FACETOLOGY DI  
KOTA BEKASI**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh:**

**Indri Efriani Vitaloca**

**232811938**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI  
BEKASI  
2026**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Indri Efriani Vitaloca  
Nomor Induk Mahasiswa : 232811938  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Influencer Marketing, Live Streaming,*  
Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan  
Pembelian Pada Produk Sunscreen Facetology di  
Kota Bekasi.

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Program Studi Strata Satu Manajemen

Bekasi, 03 Februari 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing



**(Dr.Sofia Maulida, SE.,MM)**

NIDN: 0309027801



**(Dr.Eddy Setyanto,S.Sos.,M.Si)**

NIDN: 0325107402

## LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *LIVE STREAMING*,  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PRODUK SUNSCREEN FACETOLOGY DI KOTA BEKASI**

Oleh

Indri Efriani Vitaloca

232811938

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen

Telah disetujui oleh tim penguji pada tanggal seperti tertera di bawah ini  
Bekasi, 27 Februari 2026

Ketua Tim Penguji



**(Dr. Sofia Maulida, SE., MM)**

NIDN: 0309027801

Anggota Tim Penguji 1



**(Dr. Darwin Hasiholan, SE., MSi)**

NIDN: 0328037401

Anggota Tim Penguji 2



**(Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si)**

NIDN: 0325107402

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 22 Februari 2026



**Indri Efriani Vitaloca**

NIM: 232811938

## SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Indri Efriani Vitaloca  
NIM : 232811938  
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti  
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul "*Pengaruh Influencer Marketing, Live Streaming, Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sunscreen Facetology Di Kota Bekasi*", beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (database). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 22 Februari 2026

Yang membuat pernyataan

  
C45ANX301734783

**Indri Efriani Vitaloca**

NIM: 232811938

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto**

“Mama Melahirkan Ku Dengan Membahayakan Nyawanya Dan Penuh Perjuangan Sampai Saat Ini, Jadi Tidak Mungkin Aku Tidak Ada Artinya bagi beliau”

### **Persembahan**

“Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua tercinta. Terutama Mama yang telah melahirkan dan membesarkan saya dengan penuh pengorbanan, doa yang tulus dan perjuangan tanpa henti untuk saya. Terimakasih atas kasih sayang, dukungan, dan keikhlasan yang menjadi kekuatan terbesar dalam perjalanan hidup dan pendidikan saya. Terimakasih ya Papa Efrimen dan Mama Nurhidayah saya sangat – sangat menyayangi kalian berdua”.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Influencer Marketing*, *Live Streaming*, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian produk sunscreen Facetology di Kota Bekasi. Menggunakan pendekatan kuantitatif, data diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara khusus, koefisien untuk *Influencer Marketing* adalah 0,366, *Live Streaming* sebesar 0,149, dan Kepercayaan Konsumen 0,504. Uji simultan (uji F) mengonfirmasi bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan secara bersama-sama, dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,866, yang menunjukkan bahwa 86,6% variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Temuan ini memberikan wawasan kepada perusahaan untuk meningkatkan strategi pemasaran melalui *influencer marketing* dan *live streaming*, serta memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk.

**Kata Kunci:** *Influencer Marketing*, *Live Streaming*, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of Influencer Marketing, Live Streaming, and Consumer Trust on Purchasing Decisions for Facetology sunscreen products in Bekasi City. Using a quantitative approach, data were obtained through questionnaires distributed to 100 respondents. The results of the analysis show that all independent variables have a positive and significant influence on purchasing decisions. Specifically, the coefficient for Influencer Marketing is 0.366, Live Streaming is 0.149, and Consumer Trust is 0.504. The simultaneous test (F test) confirmed that all three variables have a significant influence together, with a coefficient of determination ( $R^2$ ) value of 0.866, indicating that 86.6% of the variation in purchasing decisions can be explained by these three variables. These findings provide insights for companies to improve marketing strategies through influencer marketing and live streaming, as well as strengthen consumer trust in the product.*

**Keywords:** *Influencer Marketing, Live Streaming, Consumer Trust, Purchase Decisions.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas seluruh rahmat dan hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Influencer Marketing, Live Streaming*, Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunscreen Facetology Di Kota Bekasi” ini tepat pada waktu. Penulisan skripsi ini bertujuan guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, Drs. Widayatmoko, M.M., M.Ikom.
2. Bapak Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, membimbing, dan membantu saya dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Sofia Maulida, SE., M.M. Ketua Program Studi Manajemen STIE Tri Bhakti, Dan Selaku Dosen Ketua Penguji.
4. Bapak Dr. Darwin Hasiholan, SE., MSi Selaku Dosen Penguji 1 yang telah meluangkan waktunya dalam membantu saya dalam penyusunan skripsi.
5. Kedua orang tua, dan Adik saya yang telah mendukung, mendoakan dan menyayangi saya selama ini sehingga saya mendapatkan semangat yang sangat luar biasa untuk menyelesaikan skripsi ini sampai tuntas.
6. Seluruh teman – teman seperjuangan S1 Manajemen 2023 yang tidak dapat saya sebutkan satu – persatu.
7. Tak lupa pula saya mengucapkan terima kasih kepada diri saya sendiri, Indri Efriani Vitaloca yang telah berusaha dengan sungguh - sungguh dan berjuang hingga sejauh ini, sehingga mampu menyelesaikan penyusunan

skripsi ini dengan upaya yang maksimal. Capaian ini menjadi salah satu bentuk keberhasilan yang layak untuk dibanggakan oleh diri sendiri. Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti serta pembaca pada umumnya, dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Bekasi, 05 Maret 2026

**Indri Efriani Vitaloca**

232811938

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN .....	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Penelitian .....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan Penelitian .....	8
1.6 Manfaat Penelitian .....	8
1.7 Sistematika Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11

<b>2.1</b>	<b>Manajemen Pemasaran.....</b>	<b>11</b>
2.1.1	Definisi Manajemen Pemasaran.....	11
<b>2.2</b>	<b>Perilaku Konsumen .....</b>	<b>11</b>
2.2.1	Definisi Perilaku Konsumen .....	11
<b>2.3</b>	<b><i>Influencer Marketing</i> .....</b>	<b>12</b>
2.3.1	Definisi <i>Influencer Marketing</i> .....	12
2.3.2	Jenis - Jenis <i>Influencer Marketing</i> .....	13
2.3.3	Dimensi <i>Influencer Marketing</i> .....	14
2.3.4	Indikator <i>Influencer Marketing</i> .....	15
<b>2.4</b>	<b><i>Live Streaming</i> .....</b>	<b>15</b>
2.4.1	Definisi <i>Live Streaming</i> .....	15
2.4.2	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi <i>Live Streaming</i> .....	17
2.4.3	Dimensi <i>Live Streaming</i> .....	16
2.4.4	Indikator <i>Live Streaming</i> .....	17
<b>2.5</b>	<b>Kepercayaan Konsumen .....</b>	<b>17</b>
2.5.1	Definisi Kepercayaan Konsumen.....	18
2.5.2	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen.....	18
2.5.3	Dimensi Kepercayaan Konsumen .....	19
2.5.4	Indikator Kepercayaan Konsumen.....	20
<b>2.6</b>	<b>Keputusan Pembelian .....</b>	<b>21</b>
2.6.1.	Definisi Keputusan Pembelian.....	21
2.6.2.	Dimensi Keputusan Pembelian .....	22
2.6.3.	Indikator Keputusan Pembelian .....	23
<b>2.7</b>	<b>Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>24</b>
<b>2.8</b>	<b>Kerangka Penelitian.....</b>	<b>32</b>

<b>2.9</b>	<b>Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>33</b>
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
<b>3.1</b>	<b>Desain Penelitian .....</b>	<b>35</b>
3.1.1	Tujuan Penelitian .....	35
3.1.2	Metodologi Penelitian .....	35
3.1.3	Strategi Penelitian .....	35
3.1.4	Unit Analisis.....	36
3.1.5	Keterlibatan Penelitian .....	36
3.1.6	Latar Penelitian .....	36
3.1.7	Waktu Penelitian .....	36
<b>3.2</b>	<b>Definisi Operasional .....</b>	<b>37</b>
3.2.1	Variabel Independen (Variabel Bebas) .....	37
3.2.2	Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	39
<b>3.3</b>	<b>Populasi Dan Sampel.....</b>	<b>39</b>
3.3.1	Populasi .....	39
3.3.2	Sampel.....	40
<b>3.4</b>	<b>Sumber Data .....</b>	<b>42</b>
3.4.1	Data Primer .....	42
3.4.2	Data Sekunder .....	42
<b>3.5</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>42</b>
<b>3.6</b>	<b>Teknik Analisa Data.....</b>	<b>44</b>
3.6.1	Statistik Deskriptif .....	44
3.6.2	Analisis Kuantitatif .....	44
3.6.3	Uji Instrumen Penelitian .....	45
3.6.4	Uji Asumsi Klasik .....	46

3.6.5	Analisis Data .....	47
3.6.6	Uji Hipotesis.....	48
3.6.7	Uji Koefisien Determinasi.....	49
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>51</b>
<b>4.1</b>	<b>Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>51</b>
4.1.1	Profil Perusahaan .....	51
4.1.2	Visi Dan Misi Perusahaan.....	52
<b>4.2</b>	<b>Deskriptif Data Objek.....</b>	<b>52</b>
4.2.1	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	52
4.2.2	Analisis Deskriptif Penelitian Variabel.....	55
4.2.3	Uji Instrumen .....	61
4.2.4	Uji Asumsi Klasik .....	66
4.2.5	Uji Regresi Berganda .....	72
4.2.6	Uji Hipotesis.....	74
4.2.7	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	77
<b>4.3</b>	<b>Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>77</b>
4.3.1	Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..	77
4.3.2	Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	79
4.3.3	Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
4.3.4	Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> , <i>Live Streaming</i> dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian .....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>83</b>
<b>5.1</b>	<b>Simpulan.....</b>	<b>83</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran.....</b>	<b>84</b>

5.3.1	Bagi Perusahaan (Sunscreen Facetology) .....	84
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>87</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN .....</b>		<b>93</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 (Grafik Kategori Pada Q1 2024 Dibandingkan Q1 2023).....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 1.2 (Gambar Umum Merek Sunscreen Teratas di Q1 2024) .....</b>	<b>3</b>
<b>Gambar 1.3 (Dampak Bundling Terhadap Penjualan Sunscreen Facetology di Q1 2024) .....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian .....</b>	<b>32</b>
<b>Gambar 3.1 Desain Penelitian.....</b>	<b>37</b>
<b>Gambar 3.2 (Data Penduduk Untuk Sampel) .....</b>	<b>41</b>
<b>Gambar 4.1 Logo Brand Facetology .....</b>	<b>51</b>
<b>Gambar 4.2 Uji Normalitas P-P Plot.....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survei Awal.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Independen (X) .....	38
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Dependen (Y) .....	39
Tabel 3.3 Skor Penelitian Kuesioner .....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian.....	55
Tabel 4.5 Penilaian Analisis Deskriptif .....	55
Tabel 4.6 Hasil Penelitian Influencer Marketing .....	56
Tabel 4.7 Hasil Penelitian Live Streaming.....	57
Tabel 4.8 Hasil Penelitian Kepercayaan Konsumen.....	58
Tabel 4.9 Hasil Penelitian Keputusan Pembelian .....	60
Tabel 4.10 Uji Validitas Influencer Marketing .....	62
Tabel 4.11 Uji Validitas Live Streaming .....	62
Tabel 4.12 Uji Validitas Kepercayaan Konsumen .....	63
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Influencer Marketing .....	64
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Live Streaming .....	65
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas Kepercayaan Konsumen .....	65
Tabel 4.17 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.18 Uji Normalitas Data .....	67
Tabel 4.19 Uji Linearitas Influencer Marketing Terhadap Keputusan.....	68
Tabel 4.20 Uji Linearitas Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian	69
Tabel 4.21 Uji Linearitas Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4.22 Uji Multikolinieritas.....	71

<b>Tabel 4.23 Uji Heteroskedastisitas.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabel 4.24 Uji Regresi Berganda .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabel 4.25 Uji Parsial (Uji T) .....</b>	<b>75</b>
<b>Tabel 4.26 Uji Simultan (Uji F).....</b>	<b>76</b>
<b>Tabel 4.27 Uji Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>) .....</b>	<b>77</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 Hasil Pengolahan Data .....</b>	<b>93</b>
<b>Lampiran 2 Kuesioner .....</b>	<b>99</b>
<b>Lampiran 3 Daftar Populasi dan Sampel .....</b>	<b>107</b>
<b>Lampiran 4 Tabulasi Data Responden .....</b>	<b>113</b>
<b>Lampiran 5 Kartu Konsultasi.....</b>	<b>122</b>
<b>Lampiran 6 Surat Keterangan Bebas Plagiasi .....</b>	<b>124</b>
<b>Lampiran 7 Hasil Cek Plagiasi .....</b>	<b>125</b>
<b>Lampiran 8 Formulir Saran dan Perbaikan .....</b>	<b>126</b>
<b>Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....</b>	<b>127</b>