

**PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* DAN DAYA TARIK KONTEN
TIKTOK TERHADAP MINAT BELI PRODUK HIJAB LAFIYE**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Devi Virgiana Hermansyah

NPM: 41183402220065



Strata I

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2026**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* DAN DAYA TARIK KONTEN
TIKTOK TERHADAP MINAT BELI PRODUK HIJAB LAFIYE

Tanggal: 25 Juni 2026

Oleh

Devi Virgiana Hermansyah

NPM: 41183402220065

Disetujui,

Pembimbing



Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.

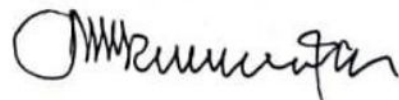
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.



Dr. Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* DAN DAYA TARIK KONTEN
TIKTOK TERHADAP MINAT BELI PRODUK HIJAB LAFIYE

Tanggal: 02 Juli 2026

Oleh

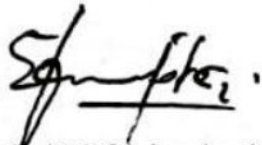
Devi Virgiana Hermansyah

NPM: 41183402220065

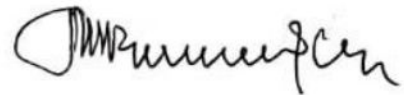
Diuji oleh,

Penguji I

Penguji II



Dr. Evi Mafriningsianti, S.E., M.M.



Dr. Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Mengetahui,

Pembimbing



Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen




Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.



Dr. Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devi Virgiana Hermansyah
NPM : 41183402220065
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Email : devivirgianahermansyah06@gmail.com

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian saya yang berjudul “Pengaruh Kredibilitas *Influencer* dan Daya Tarik Konten TikTok terhadap Minat Beli Produk Hijab Lafiye” bebas dari plagiarisme, sudah sesuai dengan teknik penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Apabila di kemudian hari dapat dibuktikan adanya plagiarisme tersebut, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bekasi, 02 Juli 2026

Yang menyatakan



Devi Virgiana Hermansyah

ABSTRAK

Devi Virgiana Hermansyah (41183402220065)

Pengaruh Kredibilitas *Influencer* dan Daya Tarik Konten TikTok terhadap Minat Beli Produk Hijab Lafiye

xv + 139 halaman + 24 tabel + 2 gambar + 2 grafik + 15 lampiran

Kata kunci: Kredibilitas *Influencer*, Daya Tarik Konten, Minat Beli, TikTok

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin berkembangnya penggunaan media sosial TikTok sebagai sarana promosi produk *fashion*, khususnya hijab, sehingga perusahaan perlu memperhatikan kredibilitas *influencer* dan daya tarik konten untuk meningkatkan minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas *influencer* dan daya tarik konten terhadap minat beli produk hijab Lafiye pada *platform* TikTok.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 120 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 25. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna TikTok yang mengikuti akun @lafiye.com, pernah melihat konten promosi hijab Lafiye, serta belum pernah melakukan pembelian. Jumlah populasi tersebut tidak diketahui secara pasti sehingga termasuk dalam kategori *infinite population*.

Hasil persamaan regresi sebesar 0,367 menunjukkan bahwa kredibilitas *influencer* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Daya tarik konten menunjukkan sebesar 0,216 berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Selain itu, hasil koefisien determinasi (R Square) menunjukkan bahwa kredibilitas *influencer* dan daya tarik konten mampu menjelaskan pengaruh terhadap minat beli sebesar 33,9%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Dengan demikian, kredibilitas *influencer* dan daya tarik konten memiliki peran penting dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk hijab Lafiye.

Daftar Pustaka: 60 (1991-2025)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah rabbi'l'aalamin, puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Allah Swt atas segala rahmat dan karunia-Nya berupa kesehatan serta umur yang panjang, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kredibilitas *Influencer* dan Daya Tarik Konten TikTok terhadap Minat Beli Produk Hijab Lafiye” dengan baik dan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Indonesia (UNISMA). Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta arahan yang penuh kesabaran dan ketulusan dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan tersebut, skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan secara optimal. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta perhatian kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Dr. Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Dr. Evi Mafriningsianti, S.E., M.M., selaku dosen penguji I yang telah memberikan kritik serta saran yang membangun dalam sidang skripsi.
5. Dr. Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M., selaku dosen penguji II yang juga telah memberikan masukan dan saran dalam pelaksanaan sidang skripsi.

6. Seluruh dosen serta staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Indonesia (UNISMA) yang telah membantu selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
7. Orang tua tercinta, Ayah Lutfi Hermansyah dan Bunda Mulyanah Saidah, dua orang yang telah berjasa dalam hidup penulis, yang selalu mengusahakan anak pertamanya ini dalam hal apapun termasuk dalam menempuh pendidikan setinggi-tingginya meskipun mereka tidak sempat merasakan bangku perkuliahan, namun mereka telah memberikan segalanya hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana.
8. Kepada adik-adik tercinta, Thalita Maulidina Hermansyah dan Elmyra Syabania Hermansyah, penulis menyampaikan terima kasih atas dukungan, perhatian, serta semangat yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran kalian menjadi penyemangat dan memberikan kebahagiaan bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Teman-teman seperjuangan, yang selalu kebersamai dalam proses skripsi ini dengan *sharing* satu sama lain, saling menguatkan, saling memberi masukan, dan memberi semangat. Terima kasih untuk cerita dan semangat kalian yang tak pernah padam.
10. Kepada seluruh responden yang tidak dapat disebutkan satu per satu namanya, penulis mengucapkan terima kasih atas kesediaannya meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang menjadi bagian penting dalam penelitian ini.
11. Saya juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada PaNaRoMa (Paul Nabila Rony Salma) atas karya-karya musiknya yang telah setia menemani dan memberikan semangat selama proses pengerjaan skripsi ini. Alunan musik yang dihadirkan tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga membantu menjaga suasana hati dan semangat untuk menyelesaikan setiap bagian penelitian ini dengan lebih baik.
12. Dan terakhir kepada diri saya sendiri, Devi Virgiana Hermansyah. Terima kasih sudah mampu bertahan sejauh ini. Menjadi anak sulung yang harus mencari jalan sendirian bukanlah hal yang mudah. Terima kasih karena tetap

melangkah meskipun penuh keraguan dan kekhawatiran. Skripsi ini adalah bukti bahwa ketidaktahuanmu bukan penghalang, melainkan kekuatan untuk menciptakan jalanmu sendiri dan ini bukan hanya tentang gelar, tapi tentang keberanianmu untuk tetap berdiri tegak saat pundakmu terasa berat. Kamu hebat, dan kamu sudah cukup.

Semoga seluruh kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah Swt dan dicatat sebagai amal kebaikan. Aamiin. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Penulis juga dengan terbuka menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan dan pengembangan penelitian di masa mendatang.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bekasi, 02 Juli 2026

Penulis,

Devi Virgiana Hermansyah

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	15
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	15
1.4 Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah	16
1.5 Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 <i>Grand Theory</i>	18
2.2 Minat Beli	19
2.2.1 Pengertian Minat Beli	19
2.2.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Beli.....	20
2.2.3 Indikator Minat Beli.....	22
2.3 Kredibilitas <i>Influencer</i>	22
2.3.1 Pengertian Kredibilitas <i>Influencer</i>	22
2.3.2 Indikator Kredibilitas <i>Influencer</i>	23
2.4 Daya Tarik Konten.....	23

2.4.1	Pengertian Daya Tarik Konten.....	23
2.4.2	Indikator Daya Tarik Konten	24
2.5	Penelitian Terdahulu	25
2.6	Kerangka Pemikiran.....	30
2.7	Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....		34
3.1	Metode Penelitian.....	34
3.2	Objek dan Waktu Penelitian.....	34
3.3	Populasi dan Sampel	35
3.4	Jenis dan Sumber Data	36
3.4.1	Jenis Data Penelitian	36
3.4.2	Sumber Data Penelitian.....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6	Instrumen Penelitian.....	38
3.6.1	Variabel Dependen.....	39
3.6.2	Variabel Independen	40
3.7	Teknik Pengolahan Data	42
3.7.1	Uji Validitas	42
3.7.2	Uji Reliabilitas	43
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	43
3.7.4	Analisis Regresi Berganda	45
3.7.5	Uji Parsial (Uji t).....	46
3.7.6	Uji Signifikan (Uji F)	47
3.7.7	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	49
4.1.1	Profil Perusahaan	49
4.1.2	Sejarah Perusahaan.....	50
4.2	Hasil Pengolahan Data Statistik	50
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	50

4.2.2	Hasil Uji Kualitas Data	54
4.2.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	57
4.2.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	66
4.2.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
4.2.6	Uji Hipotesis	71
4.2.7	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	73
4.2.8	Pembahasan Hasil Penelitian	74
4.3	Kelemahan Penelitian.....	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		80
5.1	Simpulan	80
5.2	Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA		83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Perbandingan Penjualan Beberapa <i>Brand</i> Hijab di TikTok Shop Periode 28 Hari Terakhir	4
Tabel 1. 2	Perbandingan Performa Akun TikTok <i>Brand</i> Hijab	5
Tabel 1. 3	Pra-survei Minat Beli	8
Tabel 1. 4	Pra-survei Kredibilitas <i>Influencer</i>	10
Tabel 1. 5	Pra-survei Daya Tarik Konten	13
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1	Alternatif jawaban kuesioner dengan Skala Likert	36
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia	50
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Gaji.....	52
Tabel 4. 5	Uji Validitas Minat Beli.....	53
Tabel 4. 6	Uji Validitas Kredibilitas <i>Influencer</i>	54
Tabel 4. 7	Uji Validitas Daya Tarik Konten	55
Tabel 4. 8	Hasil Uji Reliabilitas Kredibilitas <i>Influencer</i> , Daya Tarik Konten, dan Minat Beli	56
Tabel 4. 9	Total Hasil Skor Jawaban Responden tentang Kredibilitas <i>Influencer</i>	57
Tabel 4. 10	Total Hasil Skor Jawaban Responden tentang Daya Tarik Konten	59
Tabel 4. 11	Total Hasil Skor Jawaban Responden tentang Minat Beli.....	63
Tabel 4. 12	Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4. 13	Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4. 14	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel 4. 15	Hasil Uji Parsial (Uji t)	71
Tabel 4. 16	Hasil Uji Signifikan (Uji F)	72
Tabel 4. 17	Hasil Uji Koefisien Determinasi	73
Tabel 4. 18	Rekapitulasi Hasil Pengolahan Data	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Komentar Pengguna TikTok pada Akun TikTok Lafiye	6
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran Pengaruh Kredibilitas <i>Influencer</i> dan Daya Tarik Konten TikTok terhadap Minat Beli Produk Hijab Lafiye	29

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4. 1	P-Plot Uji Normalitas	67
Grafik 4. 2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2	Hasil Uji Asumsi Klasik	118
Lampiran 3	Hasil Analisa Regresi Linier Berganda	120
Lampiran 4	Hasil Uji Hipotesis	121
Lampiran 5	Tabel Persentase Distribusi R.....	122
Lampiran 6	Tabel Persentase Distribusi F	125
Lampiran 7	Tabel Persentase Distribusi t	128
Lampiran 8	Surat Keputusan Pembimbing	131
Lampiran 9	Kartu Seminar Proposal	132
Lampiran 10	Kartu Bimbingan Skripsi	134
Lampiran 11	Komentar terkait Kredibilitas <i>Influencer</i> Periode Januari-Mei 2026	135
Lampiran 12	Komentar terkait Daya Tarik Konten Periode Januari-Mei 2026.....	136
Lampiran 13	Komentar terkait Minat Beli Periode Januari-Mei 2026	138
Lampiran 14	Hasil Turnitin Skripsi	140
Lampiran 15	Daftar Riwayat Hidup.....	141

Lampiran 14 Hasil Turnitin Skripsi

 Page 2 of 164 - Integrity Overview

Submission ID: tm:oid::3618:141656880

25% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text
- Small Matches (less than 12 words)

Top Sources

22%		Internet sources
10%		Publications
0%		Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

 Page 2 of 164 - Integrity Overview

Submission ID: tm:oid::3618:141656880