

**PENGARUH PROMOSI, IKLAN, DAN INFLUENCER ENDORSEMENT  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BODY LOTION SCARLETT  
WHITENING PADA GENERASI Z DI TIKTOK SHOP**

**TUGAS AKHIR**

**Sindi Dewi Ramadani**

**213402516333**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL**

**JAKARTA**

**2025**

**PENGARUH PROMOSI, IKLAN, DAN INFLUENCER ENDORSEMENT  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BODY LOTION SCARLETT  
WHITENING PADA GENERASI Z DI TIKTOK SHOP**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

**Sindi Dewi Ramadani**

**213402516333**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2025**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

### **PENGARUH PROMOSI, IKLAN, DAN INFLUENCER ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BODY LOTION SCARLETT WHITENING PADA GENERASI Z DI TIKTOK SHOP**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, Agustus 2025



Sindi Dewi Ramadani

NPM: 213402516333

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PROMOSI, IKLAN, DAN INFLUENCER ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BODY LOTION SCARLETT WHITENING PADA GENERASI Z DI TIKTOK SHOP**

Nama Mahasiswa : **SINDI DEWI RAMADANI**

Nomor Pokok Mahasiswa : **213402516333**

Program Studi : **MANAJEMEN**



Jakarta, Agustus 2025

## LEMBAR PENGESAHAN

**Judul Skripsi** : **PENGARUH PROMOSI, IKLAN, DAN INFLUENCER ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BODY LOTION SCARLETT WHITENING PADA GENERASI Z DI TIKTOK SHOP**

**Nama Mahasiswa** : **SINDI DEWI RAMADANI**

**Nomor Pokok** : **213402516333**

**Program Studi** : **MANAJEMEN**

Mengesahkan  
Jakarta, 2025  
Pembimbing  
(Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M)

Ketua Penguji  
(Dr. Elwisam, S.E., M.M.)

Anggota/Penguji  
(Dr. Ian Zulfikar, M.Si.)

Mengetahui,  
Dekan,  
(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

UNIVERSITAS NASIONAL

Jakarta, Agustus 2025

Tanggal Lulus : Agustus 2025

**ABSTRAK**  
**PENGARUH PROMOSI, IKLAN, DAN INFLUENCER ENDORSEMENT**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BODY LOTION SCARLETT**  
**WHITENING PADA GENERASI Z DI TIKTOK SHOP**

Oleh:

Sindi Dewi Ramadani

NPM: 213402516333

Tugas Akhir, di bawah bimbingan Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M. Si. M

Penelitian ini menyelidiki bagaimana Generasi Z memilih untuk membeli Body Lotion Scarlett Whitening karena promosi, iklan, dan dukungan influencer. Untuk mengumpulkan data ini, metode purposive sampling digunakan untuk menyebarkan kuesioner kepada seratus responden yang menanyakan apakah mereka pernah menggunakan Body Lotion Scarlett Whitening. Diharapkan sampel yang diambil dengan teknik purposive sampling memenuhi persyaratan atau standar yang diperlukan untuk penelitian ini. metode untuk menganalisis data menggunakan IBM SPSS 25. Hasil uji t menunjukkan bahwa promosi berdampak positif dan signifikan pada pilihan pembelian. Iklan sangat memengaruhi keputusan pembelian. Endorsement influencer berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Promosi, Iklan, Influencer Endorsement, Keputusan Pembelian, Body Lotion Scarlett Whitening.

**ABSTRACT**  
**THE INFLUENCE OF PROMOTIONS, ADVERTISEMENTS AND**  
**INFLUENCER ENDORSEMENTS ON THE DECISION TO PURCHASE**  
**BODY LOTION SCARLETT WHITENING IN GENERATION Z AT**  
**TIKTOK SHOP**

By:

Sindi Dewi Ramadani

NPM: 213402516333

Thesis, under the guidance of Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M. Si. M

This study investigates how Generation Z chooses to purchase Scarlett Whitening Body Lotion due to promotions, advertisements, and influencer endorsements. To collect this data, a purposive sampling method was used to distribute questionnaires to one hundred respondents asking whether they had ever used Scarlett Whitening Body Lotion. It is expected that the samples taken using the purposive sampling technique meet the requirements or standards required for this study. The method for analyzing data used IBM SPSS 25. The t-test results show that promotions have a positive and significant impact on purchasing choices. Advertisements greatly influence purchasing decisions. Influencer endorsements have a positive and significant impact on purchasing decisions.

**Keywords:** Promotion, Advertising, Influencer Endorsement, Purchase Decision, Scarlett Whitening Body Lotion.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Pengaruh Promosi, Iklan, Influencer Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Body Lotion Scarlett Whitening” Untuk diajukan guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Nasional.

Penulis menyadari dalam menyusun Seminar proposal ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu sebagai ucapan rasa syukur, penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. EL Amry Bermawi Putera, M.A. selaku rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M. Si. M selaku dosen pembimbing yang saya hormati yang telah bersedia membantu menyempurnakan arahan kepada saya sehingga proposal ini dapat terselesaikan. Terima kasih atas dukungannya, semangat dan ilmu yang telah diberikan.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah berkenan membina, memberikan ilmu, dan memberikan dukungan serta menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional.

7. Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan kemudahan dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
8. Teruntuk kedua orang tua saya tercinta Bapak Abdul Rosid dan Santi serta Saudara saya Dewi Ratih Putri yang tidak ada hentinya selalu mendoakan, memberi dukungan, menguatkan, dan selalu memotivasi penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
9. Kepada sahabat terbaik (Febronia Skolastika Sako, Stefiana Habu Koban, Katrin Naiborhu) yang selalu memberikan support, mengajarkan, memberikan informasi, semangat, dan memberikan masukan kepada saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Teman – teman seperjuangan seperbimbingan yang telah berbagi ilmu dan informasi selama penyusunan tugas akhir ini.
11. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Adystio Perdana Arbi yang selalu menemani, mendengar keluh kesah saya, selalu mendukung dan senantiasa sabar menghadapi saya pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi ini.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.
13. Terakhir, terima kasih kepada diri saya sendiri karena telah menjaga semangat dan motivasi meskipun di tengah tekanan. Yang tidak menyerah sesulit apapun rintangan kuliah ataupun proses penyusunan skripsi, yang mampu berdiri tegak ketika dihantam permasalahan yang ada.

Jakarta, Agustus 2025



Sindi Dewi Ramadani

NPM.213402516333

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR) .....	I
HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM) .....	II
LEMBAR PERNYATAAN .....	III
LEMBAR PERSETUJUAN.....	IV
LEMBAR PENGESAHAN .....	V
ABSTRAK .....	VI
ABSTRACT.....	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI .....	X
DAFTAR TABEL.....	XIV
DAFTAR GAMBAR .....	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Manajemen Pemasaran.....	7
1. Pengertian Pemasaran.....	7
2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
B. Keputusan Pembelian .....	8
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	8
2. Proses Keputusan Pembelian.....	9

3. Indikator Keputusan Pembelian .....	9
C. Promosi.....	10
1. Pengertian Promosi.....	10
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Promosi.....	10
3. Indikator Promosi .....	11
D. Iklan.....	12
1. Pengertian Iklan.....	12
2. Tujuan Iklan.....	12
3. Indikator Iklan .....	13
E. Influencer Endorsement .....	13
1. Pengertian Influencer Endorsement .....	13
2. Indikator Influencer Endorsement.....	14
F. Keterkaitan Antar Variabel .....	15
1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	15
2. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	15
3. Pengaruh Influencer Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian.....	15
G. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	16
H. Kerangka Analisis .....	20
I. Hipotesis .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
A. Objek Penelitian.....	22
B. Data Penelitian.....	22
1. Sumber Data Dan Jenis Data.....	22
2. Populasi Dan Sampel.....	23

a. Populasi .....	23
b. Sampel .....	23
3. Teknik Dan Alat Pengumpulan Data .....	24
C. Definisi Operasional Variabel .....	24
1. Variabel Independen (Variabel Bebas) .....	25
2. Variabel Dependen (Variabel Terikat) .....	25
D. Metode Analisis .....	26
1. Metode Analisis Deskriptif .....	26
2. Metode Analisis Inferensial .....	26
E. Metode Analisis Regresi Linear Berganda .....	27
F. Uji Instrumen .....	27
1. Uji Validitas .....	28
2. Uji Reabilitas .....	28
G. Uji Asumsi Klasik .....	28
1. Uji Normalitas .....	29
2. Uji Multikolinearitas .....	29
3. Uji Heteroskedastisitas .....	29
4. Uji Autokorelasi .....	30
H. Uji Kelayakan Model .....	30
1. Uji Statistik (F) .....	30
2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	31
I. Uji Hipotesis (Uji t) .....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	32
A. Hasil Penelitian .....	32

1. Deskripsi Data Penelitian .....	32
2. Karakteristik Responden .....	33
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	37
4. Analisis Inferensial .....	40
5. Uji Instrumen.....	42
6. Uji Asumsi Klasik .....	43
7. Uji Kelayakan Model .....	48
8. Uji Hipotesis (UJI t).....	49
B. Pembahasan .....	51
1. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	51
2. Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian.....	52
3. Pengaruh Influencer Endorsement terhadap Keputusan Pembelian .....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
A. Kesimpulan .....	54
B. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian yang sesuai sebagai rujukan.....	16
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	24
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel .....	25
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	33
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	34
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	35
Tabel 4. 4 mean Promosi (X1) .....	37
Tabel 4. 5 Mean Iklan (X2).....	38
Tabel 4. 6 Mean Influencer Endorsement (X3).....	39
Tabel 4. 7 Mean Keputusan Pembelian (Y) .....	40
Tabel 4. 8 Analisis Regresi Linear Berganda .....	41
Tabel 4. 9 Uji Validitas.....	42
Tabel 4. 10 Uji Reabilitas.....	42
Tabel 4. 11 Uji Normalitas .....	43
Tabel 4. 12 Uji Multikolinearitas .....	45
Tabel 4. 13 Uji Heteroskedastisitas.....	45
Tabel 4. 14 Uji Auto Korelasi .....	47
Tabel 4. 15 Uji F (ANOVA).....	48
Tabel 4. 16 Uji Koefisien Determinasi.....	49
Tabel 4. 17 Uji t.....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Online Retailer Purchased P3M .....	2
Gambar 1. 2 Data Penjualan Skincare Scarlett Whitening 2022-2023 .....	3
Gambar 4. 1 Diagram Persentase karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	34
Gambar 4. 2 Diagram persentase karakteristik responden berdasarkan usia. ....	35
Gambar 4. 3 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan..	36

