

**PENGARUH ULASAN KONSUMEN ONLINE, IKLAN MEDIA SOSIAL,
DAN DUKUNGAN INFLUENCER TASYA FARASYA TERHADAP NIAT
BELI PRODUK MYKONOS**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat

Sarjana Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Agatha Sherly Victoria

NPM: 220326898

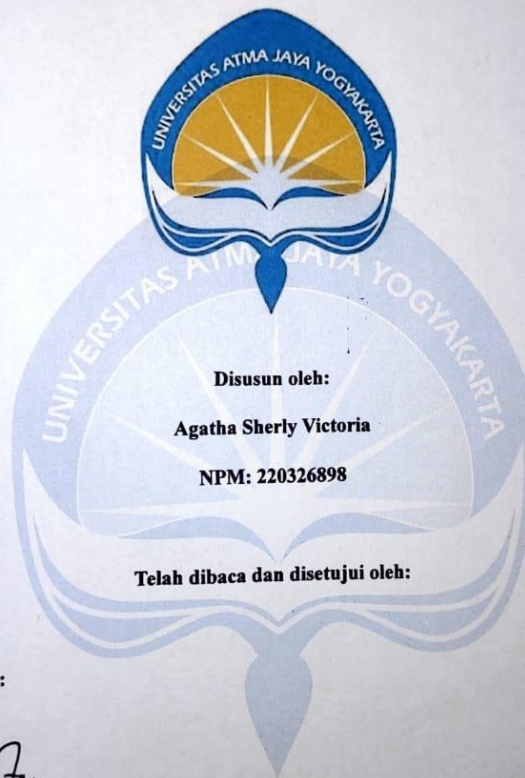
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**PENGARUH ULASAN KONSUMEN ONLINE, IKLAN MEDIA SOSIAL DAN
DUKUNGAN INFLUENCER TASYA FARASYA TERHADAP NIAT BELI PRODUK
MYKONOS**



Pembimbing:

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Raden Agoeng Bhimasta', is placed below the 'Pembimbing:' label.

Raden Agoeng Bhimasta, S.Kom., M.M.

18 Mei 2026

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH ULASAN KONSUMEN ONLINE, IKLAN MEDIA SOSIAL DAN DUKUNGAN INFLUENCER TASYA FARASYA TERHADAP NIAT BELI PRODUK MYKONOS

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh:

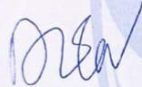
Agatha Sherly Victoria

NPM: 220326898

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 13 Juli 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

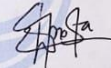


Elisabet Dita Septiari, S.E., M.Sc., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Api Adyantari, S.A., M.B.A.



Raden Agoeng Bhimasta, S.Kom., M.M.

Yogyakarta, 13 Juli 2026

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH ULASAN KONSUMEN ONLINE, IKLAN MEDIA SOSIAL,
DAN DUKUNGAN INFLUENCER TASYA FARASYA TERHADAP NIAT
BELI PRODUK MYKONOS**

Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri. Setiap pernyataan, ide, serta kutipan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau gagasan orang lain telah dicantumkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi baik sebagian maupun keseluruhan dalam skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 20 Mei 2026

Yang menyatakan



Agatha Sherly Victoria

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Ulasan Konsumen Online, Iklan Media Sosial, dan Dukungan Influencer Tasya Farasya terhadap Niat Beli Produk Mykonos dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Mediasi". Skripsi ini merupakan syarat yang harus ditempuh untuk dapat menyelesaikan program pendidikan strata satu (S1).

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur yang begitu dalam, penulis mempersembahkan karya ini sebagai bukti nyata dari perjuangan yang penuh air mata, kelelahan, harapan, dan kasih dari banyak orang yang begitu berarti dalam hidup penulis. Tanpa mereka, mungkin skripsi ini tidak akan pernah terselesaikan. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, terima kasih atas kasih, berkat, dan penyertaan-Mu yang senantiasa menyertai setiap langkah penulis. Dalam berbagai proses penyusunan skripsi ini, terutama ketika penulis menghadapi kesulitan dan merasa ingin menyerah, Tuhan Yesus selalu memberikan kekuatan, penghiburan, dan pengharapan. Terima kasih karena Engkau tidak pernah meninggalkan penulis, bahkan ketika penulis diliputi keraguan dan kehilangan arah. Seluruh pencapaian ini bukan semata-mata karena kemampuan penulis, melainkan karena pertolongan Tuhan yang terus menopang, membimbing, dan membuka jalan. Kiranya Tuhan Yesus senantiasa menyertai dan menuntun setiap langkah kehidupan penulis.
2. Mami, Hana Ariyani, terima kasih telah berjuang dan berusaha sekuat tenaga sehingga penulis mampu menyelesaikan pendidikannya. Mami adalah alasan penulis untuk tetap semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih untuk setiap doa yang sudah dipanjatkan dalam diam, semua air mata dan keringat yang Mami curahkan untuk masa depan penulis. Maaf karena proses ini begitu lama dan melelahkan, tapi karena pengorbanan dan kekuatan yang telah Mami berikan, penulis belajar arti ketulusan dan kekuatan sejati. Skripsi ini adalah bukti kecil dari doa dan cinta Mami bagi penulis.
3. Papi, Victorius Rafael, terima kasih sudah menjadi ayah yang hebat untuk penulis. Papi adalah cinta pertama dan support system untuk penulis. Terima kasih atas setiap kerja keras, perjuangan, kesakitan, dan air mata yang sudah Papi jalani demi menghidupi penulis. Terima kasih untuk terus menjaga dan berusaha memberikan

yang terbaik untuk hidup penulis. Skripsi ini jadi bukti karena Papi selalu meyakinkan penulis menjadi pribadi yang hebat dan sukses.

4. Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada Bapak Raden Agoeng Bhimasta, S.Kom., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar, teliti, dan penuh dedikasi memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penulisan skripsi ini. Berkat bimbingan dan dorongan dari beliau, penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
5. Steven Timothy Rafael, Eunike Erlin Sibarani, dan Priscilla Sofie Victoria. Selaku kakak dan adik tercinta dari penulis. Terima kasih karena telah menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup penulis. Terima kasih atas doa doa yang kalian panjatkan diam diam, atas canda tawa yang membuat beban terasa sedikit lebih ringan. Kalian selalu tahu cara paling sederhana tapi tulus untuk menunjukkan cinta. Terima kasih atas cinta dan kasih sayang yang tulus untuk penulis.
6. Maria Evelyn Kushartono, sahabat sejak dari kecil hingga sekarang. Terima kasih sudah menjadi sumber motivasi dalam perjalanan hidup penulis. Terima kasih karena selalu ada untuk hidup penulis, bukan hanya disaat senang, tetapi juga disaat susah dan sedih kamu selalu ada. Terima kasih telah membantu penulis dari awal membuat skripsi sampai selesai, jika bukan karenamu mungkin mengerjakan skripsi akan sangat membingungkan. Kiranya semua kebaikan yang telah kamu berikan menjadi berkat yang melimpah untuk hidupmu, jadilah manusia yang tegar dan rendah hati. Penulis berdoa supaya hidupmu penuh dengan pencapaian dan kesuksesan. Kamu adalah bagian penting dalam perjalanan hidup penulis.
7. Teman-teman Gang Brantas; Angel, Beatrice, Brenda, Yogi, Satria, Danu, Deka, Farel, Stevanly, Frisky, Harpen, Reinhart. Terima kasih telah menjadi sahabat sejak semester pertama. Terima kasih atas setiap canda tawa dan kebersamaannya. Terima kasih telah memberikan warna bagi hidup penulis dan selalu menemani penulis disaat senang maupun sedih. Terima kasih atas setiap waktu yang sudah diluangkan untuk sekedar mengobrol, bercanda, dan bercerita. Tanpa kehadiran kalian penulis tidak akan belajar banyak hal tentang hidup, penulis mendoakan yang terbaik supaya kita semua bisa menjadi orang yang sukses.
8. Untuk FC Barcelona, selaku klub bola favorit penulis. Terima kasih telah mengajarkan apa arti kesabaran dan ketabahan dalam mencapai suatu tujuan, mengajarkan penulis untuk terus bangkit dan jangan pernah menyerah. Bagi penulis menonton FC Barcelona sangat memberikan pelajaran, motivasi, maupun hiburan disaat penulis merasa lelah akan hal yang terjadi dikehidupan penulis.

Terima kasih telah membantu penulis menghilangkan penat saat mengerjakan skripsi dengan menghadirkan permainan yang cantik dan kemenangan.

9. Agatha Sherly Victoria, penulis memberikan apresiasi bagi diri sendiri karena mampu melewati setiap rintangan dalam kehidupan. Terima kasih karena mau berjuang dan menyelesaikan skripsi ini dalam waktu yang singkat. Kini, ada rasa bangga yang begitu besar karena akhirnya bisa sampai titik ini yang dulu bahkan terasa tidak mungkin untuk dicapai. Setelah ini akan membuka perjalanan hidup yang baru, kamu akan terus maju dan terus ingat mimpimu yaitu bisa memberikan berkat bagi orang-orang disekitar dan yang membutuhkan uluran tanganmu. Terima kasih Sherly, kejarlah terus mimpi-mimpi yang kamu inginkan, jadilah orang yang sukses dalam kehidupanmu dan terus bahagiakan Tuhan Yesus dan orang-orang disekitarmu.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Lingkup Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis	13
1.5.2 Manfaat Praktis	13
1.6 Sistematika Penelitian.....	13
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Ulasan Konsumen Online	16
2.1.2 Iklan Media Sosial	17
2.1.3 Dukungan Influencer.....	19
2.1.4 Niat beli online.....	21
2.1.5 Kepercayaan Konsumen	22
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Pengembangan Hipotesis	33
2.3.1 Pengaruh Ulasan Konsumen Online terhadap Niat beli online.....	33
2.3.2 Pengaruh Iklan Media Sosial terhadap Niat Pembelian Online	33
2.3.3 Pengaruh Dukungan Influencer terhadap Niat Beli Online	35

2.3.4 Pengaruh Ulasan Konsumen Online terhadap Niat Beli Online dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen	36
2.3.5 Pengaruh Iklan Media Sosial terhadap Niat Beli Online dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen	37
2.3.6 Pengaruh Dukungan Influencer terhadap Niat Beli Online dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen	38
2.4 Kerangka Penelitian	39
BAB III	40
METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis dan Lokasi Penelitian	40
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	45
3.6 Face Validity	50
3.7 Instrumen Penelitian	54
3.8 Analisis Deskriptif	55
3.9 Metode Pengujian Instrumen	56
3.9.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	57
3.9.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	61
3.10 Uji Hipotesis	62
3.11 Uji Hipotesis Mediasi	63
BAB IV	66
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1 Analisis Filter Responden	66
4.2 Analisis Karakteristik Profil Responden	68
4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.2.2 Berdasarkan Usia	69
4.2.3 Berdasarkan Pekerjaan	69
4.2.4 Berdasarkan Pendapatan Perbulan	70
4.2.5 Berdasarkan Pengeluaran untuk Membeli Parfum dalam 6 Bulan	70
4.2.6 Berdasarkan Pembelian Parfum Mykonos	71
4.2.7 Berdasarkan Pengetahuan tentang Mykonos	72
4.2.8 Berdasarkan Sosial Media yang Sering Digunakan	72
4.3 Analisis Deskriptif Variabel.....	72

4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Ulasan Konsumen Online	73
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Iklan Media Sosial	74
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Dukungan Influencer.....	74
4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen	75
4.3.5 Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli Online	76
4.4 Analisis SmartPLS	77
4.5 Pengujian Instrumen	78
4.5.1 Uji Validitas	78
4.5.2 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	83
4.6 Pengujian Hipotesis	87
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	91
BAB V	101
PENUTUP	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Implikasi Manajerial	105
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	108
5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pendapatan Industri Parfum di Indonesia.....	3
Gambar 1. 2 Brand Parfum Terlaris di Shopee pada Kuartal 1 2026	5
Gambar 1. 3 Influencer Tasya Farasya	7
Gambar 2. 1 Gambar Model Penelitian.....	39
Gambar 3. 1 Alur Pengujian Hipotesis Mediasi.....	64
Gambar 4. 1 Model Struktural	78
Gambar 4. 2 Model Struktural Bootstrapping Calculation	87
Gambar 4. 3 Model Mediasi Direct Only (Non-Mediation)	89
Gambar 4. 4 Model Mediasi No Effect (No-Mediation).....	89
Gambar 4. 5 Model Mediasi Direct Only (Non-Mediation)	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 3. 2 Indikator Face Validity	50
Tabel 3. 3 Skala Likert	54
Tabel 3. 4 Kategori Nilai Mean	56
Tabel 4. 1 Pertanyaan Filter Responden	67
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	70
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran untuk Membeli Parfum dalam 6 Bulan.....	70
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden berdasarkan pembelian Parfum Mykonos ...	71
Tabel 4. 8 Karakteristik responden berdasarkan pengetahuan akan Mykonos	72
Tabel 4. 9 Karakteristik Responden berdasarkan sosial media yang digunakan ..	72
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Variabel Ulasan Konsumen Online	73
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Variabel Iklan Media Sosial	74
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Variabel Dukungan Influencer	74
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Variabel Kepercayaan Konsumen	75
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Variabel Niat Beli Online.....	76
Tabel 4. 15 Nilai Loading Factor Sebelum Penghapusan	78
Tabel 4. 16 Nilai Loading Factor Setelah Penghapusan	79
Tabel 4. 17 Nilai Uji Validitas melalui Average Variance Extracted (AVE).....	80
Tabel 4. 18 Hasil Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).....	82
Tabel 4. 19 Hasil Fornell-Larcker Criterion	82
Tabel 4. 20 Hasil Uji Reliabilitas	83
Tabel 4. 21 Hasil R-Square dan R-Square Adjusted.....	84
Tabel 4. 22 Hasil Predictive Relevance (Q^2).....	85
Tabel 4. 23 Hasil Uji Ukuran Efek (f^2).....	86
Tabel 4. 24 Hasil Path Coefficients.....	88
Tabel 4. 25 Hasil Uji Mediasi	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Formulir Kuesioner.....	116
Lampiran 1. 2 Hasil Data Kuesioner.....	123
Lampiran 1. 3 Screenshot Hasil SmartPLS.....	158
Lampiran 1. 4 Jurnal Acuan	160

ABSTRAK

PENGARUH ULASAN KONSUMEN ONLINE, IKLAN MEDIA SOSIAL, DAN DUKUNGAN INFLUENCER TASYA FARASYA TERHADAP NIAT BELI PRODUK MYKONOS

Disusun oleh:

Agatha Sherly Victoria

220326898

Dosen Pembimbing:

Raden Agoeng Bhimasta, S.Kom, MM.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ulasan konsumen online, iklan media sosial, dan dukungan influencer terhadap niat beli online produk Mykonos dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan media sosial dan meningkatnya pemanfaatan strategi pemasaran digital yang mengandalkan ulasan konsumen, iklan media sosial, serta influencer dalam memengaruhi perilaku pembelian konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*, yang melibatkan 179 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online, sedangkan analisis data menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ulasan konsumen online dan dukungan influencer berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap niat beli online produk Mykonos. Namun, kedua variabel tersebut tidak memiliki pengaruh tidak langsung melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel mediasi. Sementara itu, iklan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli online, baik secara langsung maupun melalui kepercayaan konsumen. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen tidak mampu memediasi hubungan antara ulasan konsumen online, iklan media sosial, dan dukungan influencer terhadap niat beli online produk Mykonos.

Kata kunci: ulasan konsumen online, iklan media sosial, dukungan influencer, kepercayaan konsumen, niat beli online