

**SKRIPSI**

**Pengaruh Ulasan Konsumen, Rating Produk dan *Beauty Influencer* terhadap Loyalitas Konsumen Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Pada Produk Skincare “Skintific” di Shopee**



**Diajukan Oleh:**

**Lailatul Mahfudhotin**

**NPM: 21420135**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2026**

**SKRIPSI**

**PENGARUH ULASAN KONSUMEN, RATING PRODUK DAN *BEAUTY*  
*INFLUENCER* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA  
SURABAYA PADA PRODUK SKINCARE “SKINTIFIC” DI SHOPEE**

**Diajukan oleh:**

**Lailatul Mahfudhotin**  
**NPM: 21420135**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:**

**DOSEN PEMBIMBING**

**Dr. Adrianto Trimarjono, S.E., MM**

**Tanggal, 16 Januari 2026**

**KETUA PROGRAM STUDI**

**Dwi Indah Mustikorini, S.E., MM**

**Tanggal, 16 Januari 2026**

**SKRIPSI**

**PENGARUH ULASAN KONSUMEN, RATING PRODUK DAN *BEAUTY INFLUENCER* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA PADA PRODUK SKINCARE “SKINTIFIC” DI SHOPEE**

**Diajukan oleh:**

**Lailatul Mahfudhotin**  
**NPM: 21420135**

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

**Pembimbing Utama**



**Dr. Adrianto Trimarjono. S.E., MM**

**Anggota Dewan Penguji**



**Wiwik Herawati, S.E., MM**



**Dwi Indah Mustikorini, S.E., MM**

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
Tanggal, 30 Januari 2026**



**Dwi Indah Mustikorini, S.E., MM**  
**Ketua Program Studi**

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau di terbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama Skripsi dan daftar pustaka

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan,serta diproses sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku.

Surabaya, 11 Maret 2025

Yang saya buat pernyataan



**Lailatul Mahtudhoin**

**NPM: 21420135**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH ULASAN KONSUMEN, RATING PRODUK DAN *BEAUTY INFLUENCER* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MAHASISWA UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA PADA PRODUK SKINCARE “SKINTIFIC” DI SHOPEE”**.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan penuh rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya menyampaikan apresiasi kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, M.Si. selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Ibu Dra. Ec. Hj. Pratiwi Dwi Karjati, MM.CRA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dwi Indah Mustikorini, S.E., MM selaku Kaprodi Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Ibu Dr. Dwi Bhakti Iriantini, S. E., M. Si selaku dosen wali yang senantiasa memberikan bimbingan, nasihat, serta motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan perhatian untuk memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, serta bantuan kepada penulis selama menempuh masa perkuliahan.
7. Orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral maupun material, serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna menyempurnakan serta melengkapi kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Surabaya, 16 Januari 2026

Penulis

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ulasan konsumen, rating produk, dan beauty influencer terhadap loyalitas konsumen mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya pada produk skincare Skintific di Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang pernah membeli dan menggunakan produk Skintific di Shopee.

Ulasan konsumen diukur melalui indikator kejelasan ulasan, kejujuran ulasan, kelengkapan informasi, dan manfaat ulasan. Rating produk diukur melalui indikator tingkat kepuasan konsumen, kualitas produk berdasarkan rating, kepercayaan terhadap produk, serta keyakinan sebelum membeli. Beauty influencer diukur melalui indikator kredibilitas, daya tarik, keahlian, dan kepercayaan terhadap rekomendasi. Loyalitas konsumen diukur melalui indikator pembelian ulang, kesetiaan terhadap merek, rekomendasi kepada orang lain, dan tidak mudah berpindah ke merek lain.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ulasan konsumen, rating produk, dan beauty influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang diperoleh konsumen melalui ulasan, rating, serta rekomendasi beauty influencer berperan penting dalam membentuk loyalitas konsumen terhadap produk skincare Skintific di Shopee.

**Kata kunci:** ulasan konsumen, rating produk, *beauty influencer*, loyalitas konsumen, Skintific, Shopee

## **ABSTRACT**

This study aims to examine the influence of consumer reviews, product ratings, and beauty influencers on consumer loyalty among students of Universitas Wijaya Kusuma Surabaya toward Skintific skincare products on Shopee. This research employs a quantitative method with a survey approach. The data were collected through questionnaires distributed to students of Universitas Wijaya Kusuma Surabaya who have purchased and used Skintific products on Shopee.

Consumer reviews were measured using indicators of review clarity, review honesty, completeness of information, and the usefulness of reviews. Product ratings were measured through indicators of consumer satisfaction, perceived product quality based on ratings, trust in the product, and confidence before making a purchase. Beauty influencers were measured using indicators of credibility, attractiveness, expertise, and trust in recommendations. Consumer loyalty was measured using indicators of repeat purchases, brand loyalty, willingness to recommend to others, and resistance to switching to other brands.

The collected data were analyzed using multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS. The results indicate that consumer reviews, product ratings, and beauty influencers have a positive and significant effect on consumer loyalty, both partially and simultaneously. These findings suggest that information obtained from online reviews, product ratings, and beauty influencer recommendations plays an important role in building consumer loyalty toward Skintific skincare products on Shopee.

**Keywords: consumer reviews, product ratings, beauty influencers, consumer loyalty, Skintific, Shopee**

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	7
1.3    Tujuan.....	7
1.4    Manfaat Penelitian.....	8
1.5    Sistematika Skripsi.....	9
BAB II.....	13
TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	13
2.1    Landasan Teori.....	13
2.1.1    Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2    Keputusan Pembelian.....	14
2.1.3    Rating Produk.....	20
2.1.4    Ulasan Konsumen.....	23
2.1.5    Beauty Influencer.....	27
2.1.6    Loyalitas Konsumen.....	31
2.2    Penelitian Terdahulu.....	33
2.3    Kerangka Konseptual.....	36
2.4    Hipotesis.....	37

BAB III.....	38
METODE PENELITIAN .....	38
3.1    Pendekatan Penelitian .....	38
3.2    Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1    Populasi .....	39
3.2.2    Sampel .....	40
3.3    Identifikasi Variabel.....	42
3.3.1    Ulasan konsumen (X1).....	42
3.3.2    Rating produk (X2).....	43
3.3.3    Beauty influencer (X3).....	43
3.3.4    Loyalitas konsumen (Y) .....	44
3.4    Sumber dan Jenis Data.....	45
3.4.1    Data Primer .....	45
3.4.2    Data Sekunder .....	45
3.5    Prosedur Pengumpulan Data .....	46
3.6    Teknik Analisis Data .....	47
3.6.1    Uji Instrumen .....	48
3.6.2    Uji Validitas .....	48
3.6.3    Uji Reliabilitas .....	49
3.6.4    Uji Asumsi Klasik.....	50
3.6.5    Uji Normalitas.....	51
3.6.6    Uji Multikolinearitas.....	52
3.6.7    Uji Heteroskedastisitas .....	52
3.6.8    Analisis Linier Berganda.....	53
3.6.9    Uji Hipotesis .....	53
3.6.10    Uji Persial (Uji T).....	54
3.6.11    Uji Simultan (Uji F).....	54
3.6.12    Uji Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ) .....	55
BAB IV .....	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	56
4.1    Hasil Penelitian .....	56
4.1.1    Gambaran Obyek Penelitian .....	56

4.1.2	Statistik Deskriptif .....	57
4.1.3	Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas dan Reliabilitas) .....	58
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	61
4.1.5	Hasil Pengujian Hipotesis .....	64
4.2	Pembahasan .....	66
4.2.1	Pengaruh Ulasan Konsumen (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y). 66	
4.2.2	Pengaruh Rating Produk (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) .....	68
4.2.3	Pengaruh <i>Beauty Influencer</i> (X3) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) ...	70
4.2.4	Pengaruh Ulasan Konsumen (X1), Rating Produk (X2), dan <i>Beauty Influencer</i> (X3) secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) .....	72
BAB V	.....	73
SIMPULAN DAN SARAN	.....	73
5.1	Simpulan Penelitian .....	73
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	74
5.3	Saran Penelitian.....	75
DAFTAR PUSTAKA	.....	76
LAMPIRAN	.....	72

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kategori Influencer .....	25
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	28
Table 3.1 Kategori Pengumpulan Data.....	41
Tabel 4.1 Tabel Statistik Deskriptif .....	51
Tabel 4.2 Uji Validitas.....	53
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 4.4 Uji Normalitas .....	55
Tabel 4.5 Uji Multikolinieritas.....	56
Tabel 4.6 Uji Heteroskedastisitas.....	57
Tabel 4.7 Uji Linier Berganda .....	58
Tabel 4.8 Uji F .....	59
Tabel 4.9 Uji T .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan <i>Beauty Care</i> di <i>e-commerce</i> Tahun 2024.....	2
Gambar 1.2 Grafik Penjualan Bulanan Brand Kategori Paket <i>Beauty Care</i> .....	3
Gambar 1.3 Ulasan Konsumen Produk Skintific di Shopee .....	5
Gambar 1.4 Review Beauty Influencer Terhadap Produk Skintific .....	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	32

## DAFTAR LAMPIRAN

Hasil Olah Data.....	72
Form Kuesioner .....	76