

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *FLASH SALE*, DAN
BRAND AWARENESS, TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SKINCARE SKINTIFIC* PADA PENGGUNA *E-*
COMMERCE KOTA TANJUNGPINANG**

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**



**RAMIA AUDITA
NIM. 2104020143**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MARITIM
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
TANJUNGPINANG**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

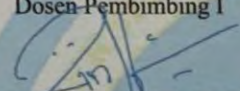
Nama : Ramia Audita
NIM : 2104020143
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Pengaruh *Influencer Marketing, flash Sale, Dan Brand Awareness*
Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Skintific* Pada Pengguna
E-commerce Kota Tanjungpinang.

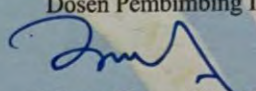
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dosen Penguji dan telah direvisi sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Menyetujui,

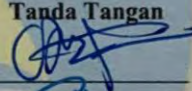
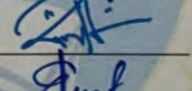
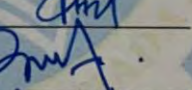
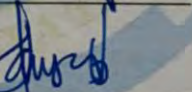
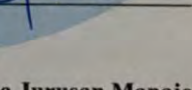
Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Rafki RS, SE., MM
NIP. 19760925202121003


Edinur Ilham, SE., M.E
NIP. 199103072022031006

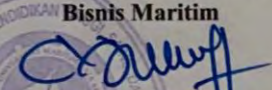
Panitia Penguji,

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Abdul Jalal, SE., M.Si</u> NIP. 198508222019031012	Ketua Penguji		9/05
<u>Dr. Rafki RS, SE., MM</u> NIP. 19760925202121003	Penguji I		4/8-25
<u>Ezky Tiyasiningsih, S.E., MSi.</u> NIP. 199202052022032010	Penguji II		5/8 25
<u>Edinur Ilham, S.E., M.E.</u> NIP. 199103072022031006	Penguji III		05/08/25
<u>Lastri Anggi Fani, S.E.B., M.B.A</u> NIP. 199412232022032011	Penguji IV		05/08/25


Tanggal Lulus: 4 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Maritim


Dr. Myrna Sofia, S.E., M.Si
NIP. 198207032015042001

Ketua Jurusan Manajemen Bisnis


Risdy Absari Indah Pratiwi, S.E., M.Si
NIP. 199012132018032001

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ramia Audita

NIM : 2104020143

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim

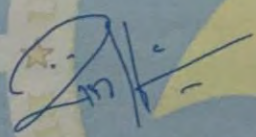
Judul Skripsi : Pengaruh *influencer marketing*, *Flash Sale* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Skintific* Pada Pengguna *E-commerce* Kota Tanjungpinang.

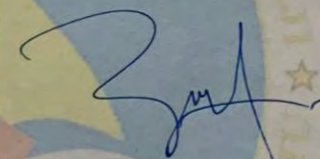
Disetujui untuk digunakan dalam mengajukan Sidang Skripsi
Tanjungpinang, 17 Juni 2025

Menyetujui

Dosen Pembimbing I

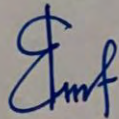
Dosen Pembimbing II


Dr. Rafki RS, SE., MM
NIP. 19760925202121003


Edinur Ilham, SE., ME
NIP. 199103072022031006

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim
Universitas Maritim Raja Ali Haji



Ezky Tiyasiningsih, S.E., M.Si
NIP. 199202052022032010

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ramia Audita

NIM : 2104020143

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim

Judul Skripsi : Pengaruh *Influencer Marketing*, *Flash Sale*, Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Skintific* Pada Pengguna *E-commerce* Kota Tanjungpinang.

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 2025



Ramia Audita
NIM. 2104020143

MOTTO

"Dan bersabarlah, sesungguhnya janji Allah itu benar"

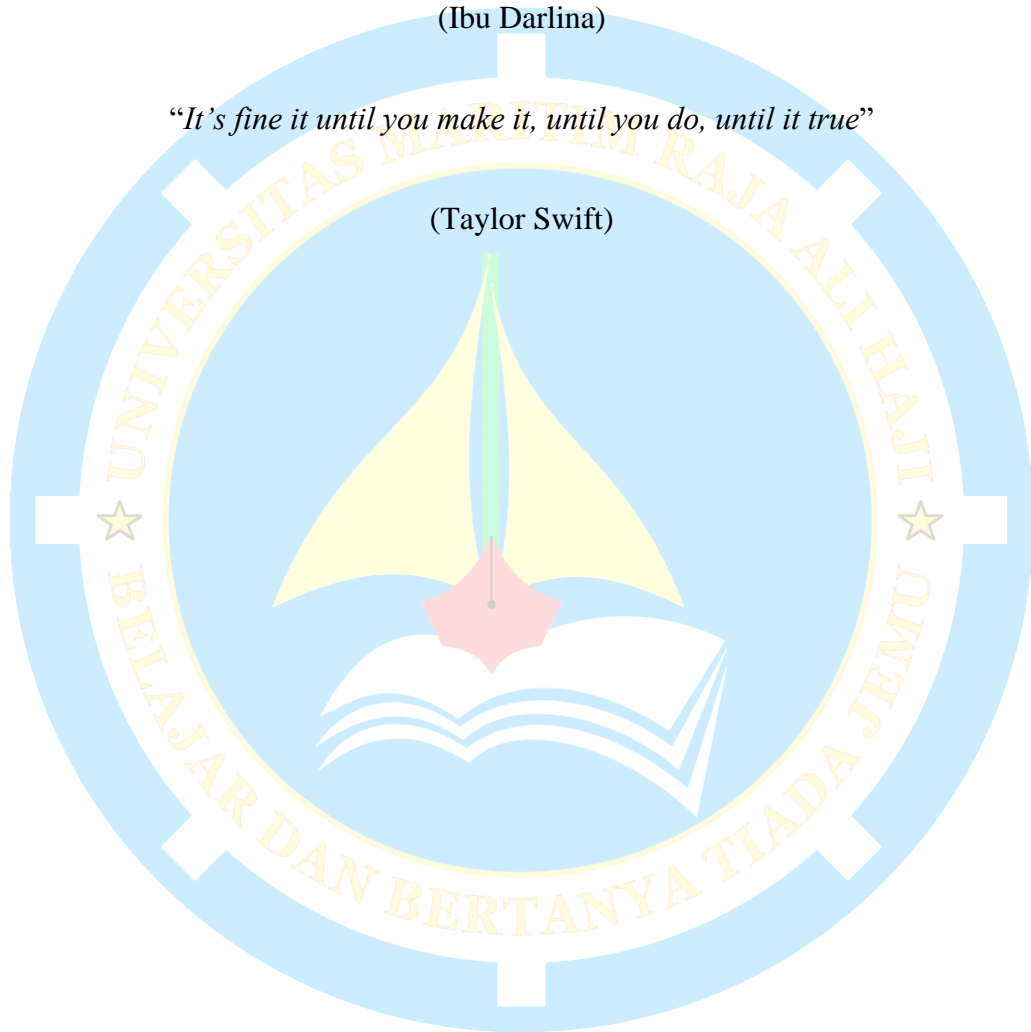
(Q.S Ar-Rum: 60)

"Iya sayang mama senantiasa doakan ade biar cepet selesai kuliahnya, amin"

(Ibu Darlina)

"It's fine it until you make it, until you do, until it true"

(Taylor Swift)



KATA PENGANTAR

Puji Syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Influencer Marketing, Flash Sale, Dan Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Skintific* Pada Pengguna *E-commerce* Kota Tanjungpinang”

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Sehubungan dengan selesainya Skripsi ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr, Agung Dhamar Syakti, S.Pi., DEA selaku Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.
2. Ibu Dr. Myrna Sofia, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim.
3. Ibu Ezky Tiyasiningsih, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim.
4. Bapak Dr. Rafki RS, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Edinur Ilham, SE., M.E selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan masukan kepada penulis selama masa perkuliahan hingga dapat menyelesaikan perkuliahan ini.

5. Segenap Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim di Universitas Maritim Raja Ali Haji yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan selama perkuliahan kepada penulis.
6. Kedua orang tua tercinta, cinta pertama dan panutanku Bapak Erizal dan pintu surgaku Ibu Darlina, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis selalu mengusahakan anak bungsunya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Terima kasih atas segala doa, dukungan, perhatian, kasih sayang dan cinta tanpa batas. semoga papa dan mama sehat selalu, panjang umur dan bahagia selalu.
7. Kedua Saudara Kandung penulis, Kakak-kakak tercinta, Kateria Fitriska, S. Sos dan Risti Anggita, S. Pd, terima kasih atas segala doa, usaha, dukungan serta nasehat yang telah diberikan kepada penulis dalam proses pembuatan Skripsi.
8. Keluarga besar Alm Bapak Ladara, terima kasih atas dukungan, segala doa, yang telah diberikan kepada penulis.
9. Sahabat-sahabat yang tumbuh bareng dari kecil hingga sekarang, Almh Nurul Atika, Aurelia Surita Uyunni Putri, dan Selvia Permata Sari, terima kasih memberikan dukungan, semangat dan juga menjadi bagian dalam perjalanan penulis hingga sekarang.
10. Sahabat-sahabat tercinta yang selalu ada, Almh Nurul Atika, Hermah Dewi, Marshanda Putri Asri, terima kasih atas setiap doa, motivasi, tawa, dan semangat yang selalu kalian bagi. Terima kasih atas perhatian dan dukungan kalian, selalu menjadi tempat cerita, tak pernah bosan

mendengarkan keluh kesah dan ikut merayakan pencapaian kecil di tengah perjuangan penulis hingga saat ini.

11. Teman-teman seperjuangan sejak awal perkuliahan, Putri Berian S.M, Amelia Renatha S.M, Putri Eliza dan Nurmiani terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, tawa dan segala bentuk dukungan yang tak pernah putus serta momen-momen sederhana yang berarti selama perkuliahan ini.
12. Seseorang yang tidak bisa penulis sebutkan Namanya, terima kasih telah menjadi tempat bercerita, tempat menenangkan diri saat lelah dan selalu memberikan semangat di saat-saat sulit.
13. Terakhir, Diri sendiri Ramia Audita, terima kasih atas segala usaha, dan sabar menghadapi rintangan dan cobaan. Terima kasih untuk tetap bertahan di tengah rasa lelah hingga saat ini.

Penulis menyadari penyusunan Skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya akhir (Skripsi) dapat bermanfaat bagi kita semua.

Tanjungpinang, 17 Juni 2025



Ramia Audita

NIM: 2104020143

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Pembatasan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	12
1.7 Sistematika Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN.....	15

2.1	Kajian Pustaka.....	15
2.1.1	Keputusan Pembelian.....	15
2.1.2	<i>Influencer Marketing</i>	18
2.1.3	<i>Flash sale</i>	20
2.1.4	<i>Brand Awaraness</i>	22
2.2	<i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	25
2.3	Kerangka Pemikiran	30
2.4	Pengembangan Hipotesis.....	31
2.4.1	Pengaruh <i>Infleuncer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4.2	Pengaruh <i>Flash Sale</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.4.3	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.4.4	Pengaruh <i>Influencer Marketing, Flash Sale, dan Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.5	Hipotesis.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		34
3.1	Objek dan Ruang Lingkungan Penelitian	34
3.1.1	Objek Penelitian	34
3.1.2	Ruang Lingkup Penelitian.....	34
3.2	Metode Penelitian	34
3.3	Operasional Variabel.....	35

3.3.1	Variabel <i>Dependen</i>	35
3.3.2	Variabel <i>Independen</i>	35
3.4	Metode Penentuan Populasi Atau sampel.....	38
3.4.1	Populasi.....	38
3.4.2	Sampel.....	38
3.5	Metode Pengumpulan Data	39
3.5.1	Data Primer	39
3.5.2	Data Sekunder	40
3.6	Metode Analisis	40
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif	40
3.6.2	★ Uji Kualitas Data.....	40
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.6.4	Analisis Linier Berganda.....	43
3.6.5	Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		46
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.1.1	Profil Perusahaan	46
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	47
4.2	Distribusi Responden	48
4.3	Karakteristik Responden.....	48
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49

4.3.2	karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.4	Deskripsi Tanggapan Responden.....	50
4.4.1	Deskripsi Variabel Influencer Marketing.....	50
4.4.2	Deskripsi Variabel <i>Flash Sale</i>	52
4.4.3	Deskripsi Variabel <i>Brand Awareness</i>	54
4.4.4	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	56
4.5	Hasil Penelitian	58
4.5.1	Uji Statistik Deskriptif	58
4.5.2	Uji kualitas Data.....	59
4.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.5.4	Uji Regresi Linear Berganda.....	66
4.5.5	Uji Hipotesis	67
4.5.6	Pembahasan Hipotesis.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		76
5.1	Kesimpulan.....	76
5.2	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN.....		84
RIWAYAT HIDUP		117

DAFTAR TABEL

No table	Uraian	Halaman
Tabel 1.1	<i>E-commerce</i> dengan pengunjung terbanyak tahun 2023.....	3
Tabel 2.1	Review penelitian terdahulu.....	25
Tabel 3.1	Operasionalisasi variabel.....	35
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	40
Tabel 4.1	Data Distribusi Responden.....	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.5	Jawaban Responden Variabel <i>Influencer Marketing</i>	52
Tabel 4.6	Jawaban Responden Variabel <i>Flash Sale</i>	55
Tabel 4.7	Jawaban Responden Variabel <i>Brand Awareness</i>	57
Tabel 4.8	Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4.9	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	60
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.11	Hasil Uji Reabilitas.....	63
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas.....	64
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinieritas.....	65
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedasitas.....	66
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	68
Tabel 4.16	Hasil Uji Signifikan Parsial Uji <i>t</i>	70
Tabel 4.17	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan Uji <i>F</i>	71
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	71

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Uraian	Halaman
Gambar 1.1	Penjualan <i>skincare Skintific</i> tahun 2024 di <i>e-commerce</i>	4
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1	Logo <i>Skincare Skintific</i>	46
Gambar 4.2	Hasil Grafik Histogram.....	62
Gambar 4.3	Hasil Grafik P-Plot.....	62
Gambar 4.4	Hasil Uji Grafik Scatterplot.....	65

