

**PENGARUH *INFLUENCER CREDIBILITY*, *CONTENT QUALITY*, DAN *ENGAGEMENT RATE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* LOKAL
SOMETHING PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PONOROGO**



SKRIPSI

Nama : Meisha Ellen Ayudyasari

NIM : 22415617

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2026

**PENGARUH *INFLUENCER CREDIBILITY*, *CONTENT QUALITY*, DAN *ENGAGEMENT RATE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* LOKAL
SOMETHING PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Meisha Ellen Ayudiyasari

NIM : 22415617

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2026

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Influencer Credibility*, *Content Quality* dan *Engagement Rate* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Lokal Something* pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Nama : Meisha Ellen Ayudiyasari

NIM : 22415617

Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 17 Mei 2004

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 22 Juli 2026

Pembimbing I

Siti Chamidah, S.E., M.Si
NUPTK. 3851749650230102

Pembimbing II

Dwi Warni Wahyuningsih, S.E., M.M
NUPTK. 4742764665231052

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Slamet Santoso, SE., M.Si
NIP. 1970101619990412

Ketua

Siti Chamidah, S.E., M.Si
NUPTK. 3851749650230102

Dosen Penguji:
Sekertaris

Dr. Diana Pramudya W, S.E., M.M
NUPTK. 0741761662230202

Anggota

Dr. Wijianto, SE., MM
NUPTK. 2758763664130222

ABSTRAK

Skripsi : “ Pengaruh *Influencer Credibility*, *Content Quality* dan *Engagement Rate* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Somethinc* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo”; Meisha Ellen Ayudyasari, NIM 22415617, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo,

Pertumbuhan industri perawatan kulit saat ini berkembang sangat pesat seiring dengan maraknya pemanfaatan strategi *Influencer Marketing* di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Influencer Credibility*, *Content Quality* dan *Engagement Rate* terhadap Keputusan Pembelian produk *Skincare Somethinc* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti dikarenakan jumlah mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang menggunakan produk *Skincare Somethinc* belum diketahui secara pasti. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 100 mahasiswa. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara parsial, variabel *Influencer Credibility*, *Content Quality* dan *Engagement Rate* masing-masing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan (bersama-sama), ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa dengan nilai kontribusi (*Adjusted R Square*) sebesar 60,5%, sedangkan sisanya sebesar 39,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Variabel *Influencer Credibility* ditemukan sebagai faktor yang paling dominan dalam memengaruhi Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : *Influencer Credibility*, *Content Quality*, *Engagement Rate*, Keputusan Pembelian, *Somethinc*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatulahi, Wabaraikatuh

Puji syukur senantiasa peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul “PENGARUH *INFLUENCER CREDIBILITY*, *CONTENT QUALITY* DAN *ENGAGEMENT RATE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* LOKAL *SOMETHINC* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO” dapat terselesaikan dengan lancar dan tepat waktu. Shalawat beserta salam senantiasa tercurahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi umat dan kita nantikan syafaat-Nya di yaumul qiyamah.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-10 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, dukungan dan kerjasama dari semua pihak. Untuk itu pada kesempatan ini dengan rasa hormat dan ketulusan hati peneliti menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Bapak Dr. Riawan, S.pd., M.M selaku Kepala Prodi Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi
4. Ibu Siti Chamidah, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I
5. Ibu Dwi Warni Wahyuningsih, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, terimakasih atas ilmu dan nasihat, semoga ilmu yang diberikan selama masa perkuliahan dapat bermanfaat bagi agama, bangsa dan negara. Segenap karyawan dan Pegawai Tata Usaha Program Studi Manajemen, terimakasih atas semua pelayanannya.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu, peneliti mengharap segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala Ketulusan dan Kerendahan hati, peneliti memohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ponorogo, 22 Juli 2026



Meisha Ellen Ayudiyasari

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 22 Juli 2026



Meisha Ellen Ayudiyasari

NIM 22415617

PERSEMBAHAN

Di antara seluruh halaman dalam skripsi ini, lembar persembahan adalah halaman yang paling bermakna, karena di sinilah penulis menitipkan rasa terima kasih yang tidak mampu terucap oleh kata-kata. Bismillahirrahmanirrahim, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kepada kedua orang tua penulis Bapak Darsono dan Ibu Suryati, meskipun kita bukan keluarga yang terbiasa berbicara dari hati ke hati, penulis tahu bahwa dibalik keheningan itu tersimpan doa dan harapan yang tak pernah putus untuk penulis. Penulis memahami dan merasakan bahwa cinta dan dukungan yang kalian berikan selama ini hadir dalam bentuk yang berbeda, kalian mungkin tidak selalu mengungkapkannya, tetapi tindakan dan keberadaan kalian adalah bukti kasih sayang yang tak terhingga. Setiap langkah dan pencapaian yang penulis raih, termasuk selesainya skripsi ini, adalah bagian dari doa dan harapan kalian. Terima kasih atas segala pengorbanan, restu, dan kebahagiaan yang telah kalian berikan.
2. Kepada Ayah Kandung Penulis, perjalanan ini tidak pernah mudah, dan badai yang telah kita lalui mungkin mengubah banyak hal di antara kita. Namun darahmu tetap mengalir dalam setiap hembusan nafas dan langkah penulis. Skripsi ini penulis persembahkan untukmu, sebagai bukti bahwa anakmu tidak menyerah pada keadaan. Terimakasih telah menjadi bagian dari awal keberadaan penulis di dunia ini. Lembar ini penulis persembahkan sebagai bentuk penghormatan, bakti dan doa tulus yang tidak pernah putus untuk keselamatan dan kebahagiaan ayah.

3. Kepada adik penulis Ayudya Zahra Ardani, yang senantiasa menjadi pelengkap dinamika dalam hidup penulis. Di balik kekeraskepalaan dan tingkah laku yang menguji kesabaran, kamu adalah sosok yang mengajari penulis banyak hal tentang arti menerima dan menyayangi. Sebagai seorang kakak, kamu adalah amanah yang akan selalu penulis jaga. Meski kami kadang tidak akur, namun dialah alasan penulis terus berusaha menempuh pendidikan dengan sungguh-sungguh, semoga apa yang kakak perjuangkan hari ini dapat menjadi pijakan bagi masa depanmu yang lebih baik.
4. Kepada sahabat terbaik penulis Shofyya Marufa dan Wiji Astutik, perjumpaan kita dibangku perkuliahan adalah anugerah yang tidak pernah penulis duga. Kalian bukan hanya sekedar teman, melainkan sahabat yang selalu ada di setiap fase perjalanan hidup penulis. Kalian selalu menjadi pendengar setia dan penopang utama yang mampu menerima setiap sisi baik dan buruk penulis tanpa pernah menghakimi. Kehadiran kalian adalah sumber kekuatan dan inspirasi yang tak ternilai selama masa perkuliahan ini. Setiap tawa, setiap duka dan dukungan tulus yang kalian berikan telah menjadi penyemangat dalam menghadapi setiap tantangan yang penulis hadapi. Kalian adalah bukti nyata bahwa persahabatan sejati mampu melewati segala badai. Terima kasih atas setiap memori indah, setiap perjalanan hidup, dan setiap momen berharga yang telah kita lalui bersama.
5. Kepada sahabat terbaik yang telah menemani perjalanan hidup penulis Putri Amanda Selfira, kamu adalah bukti nyata dari sebuah persahabatan yang abadi. Meskipun saat ini jarak memisahkan kita dan berada di kota yang berbeda, penulis selalu merasakan dukungan tulus dan kehadiran berharga dari kamu.

Kamu adalah saksi bisu dari setiap tawa, air mata, dan setiap pendewasaan dalam hidup penulis. Meski tak selalu bisa bertatap muka, ikatan persahabatan kita tetap kuat dan mampu memberikan kekuatan yang luar biasa di setiap langkah penulis. Terima kasih atas setiap kenangan indah, setiap perjalanan hidup, dan setiap dukungan yang selalu kamu berikan. Kamu adalah bagian tak terpisahkan dari perjalanan ini dan akan selalu menjadi sahabat terbaik penulis, selamanya.

6. Untuk Teman-Teman Seperjuangan Angkatan 2022, Terimakasih telah menjadi bagian dari bab terindah dalam masa remajaku. Kita masuk dengan ketidaktahuan yang sama, dan kini kita melangkah keluar sebagai pemenang di jalan kita masing-masing. Terima kasih atas tawa yang meringankan beban tugas dan pundak yang selalu ada. Skripsi ini juga milik kalian, saksi bisu setiap malam yang panjang, kopi yang habis, dan mimpi-mimpi yang kita raut bersama. Sampai jumpa di gerbang kesuksesan yang baru.
7. Meisha Ellen Ayudyasari. *Last But Not Least!* Diri saya sendiri. Yang berkali-kali ingin menyerah, tetapi tetap memilih bertahan. Untuk diriku yang sering kali harus menjadi kuat, bahkan ketika tidak memiliki kesempatan untuk merasa lemah. Untuk diriku yang terus berjalan meskipun tidak selalu memiliki tempat untuk bersandar. Terima kasih untuk tidak meninggalkan mimpi-mimpi itu, meskipun perjalanan menuju titik ini terasa begitu panjang dan melelahkan. Hari ini, izinkan aku memeluk diriku sendiri dan berkata, “Kamu telah berjuang dengan sangat baik, Terima Kasih karena memilih tidak menyerah”

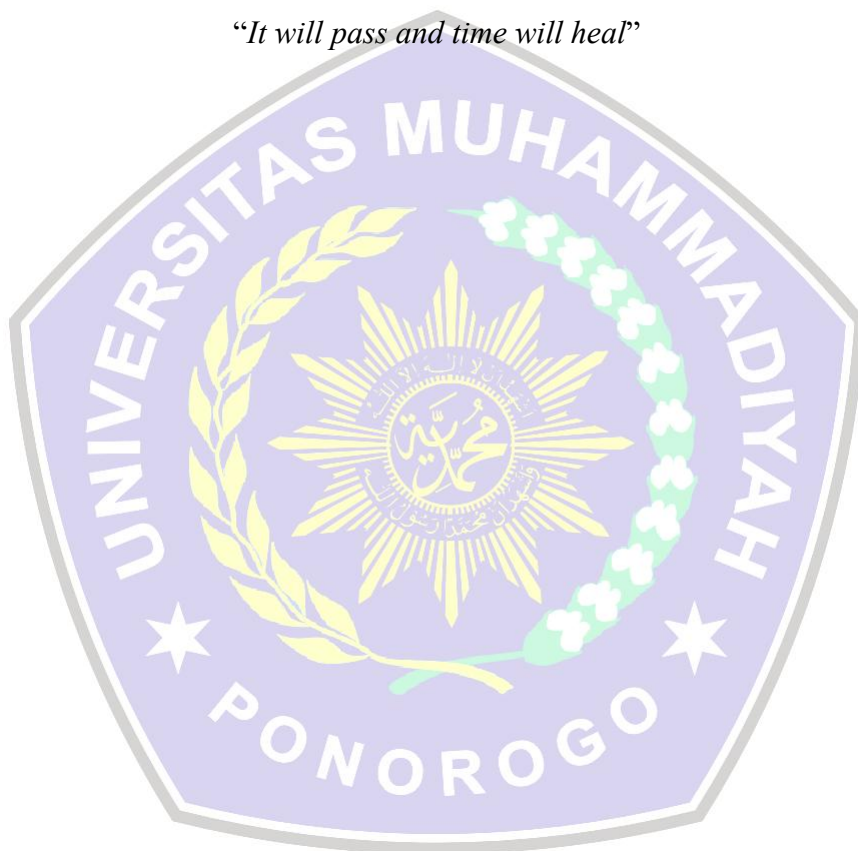
MOTTO

“Apabila yang ada di depan membuatmu takut, dan yang di belakang membuatmu luka, lihatlah ke atas, sungguh Allah tak pernah gagal menolongmu”

“Apa yang melewatkanmu tidak akan menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku, tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar bin Khattab)

“It will pass and time will heal”



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR.....	vii
KODE ETIK PENELITIAN	vii
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Manajemen.....	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.3 Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior Theory</i>)	16
2.1.4 Marketing Mix / Bauran Pemasaran	18
2.1.5 <i>Influencer Credibility</i>	22
2.1.6 <i>Content Quality</i>	25
2.1.7 <i>Engagement Rate</i>	31
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	35
2.2 Penelitian Terdahulu	40
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	42
2.4 Hipotesis.....	42
1. Pengaruh <i>Influencer Credibility</i> terhadap Keputusan Pembelian	43

2. Pengaruh <i>Content Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian	44
3. Pengaruh <i>Engagement Rate</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	46
4. Pengaruh <i>Influencer Credibility</i> , <i>Content Quality</i> dan <i>Engagement Rate</i> secara Simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.....	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	50
3.2 Populasi dan Sampel	50
3.3 Jenis Data	52
3.4 Metode Pengambilan Data	53
3.6 Definisi Operasional Variabel	54
3.7 Metode Analisis Data	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.1.1 Perusahaan <i>Somethinc</i>	64
4.1.2 Karakteristik Responden.....	65
4.1.4 Analisis Deskriptif	71
4.2 Analisis Data	77
4.2.1 Uji Instrumen	77
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	79
4.2.3 Alat Analisis Data	82
4.2.4 Uji Hipotesis	85
4.3 Pembahasan.....	90
4.3.1 Pengaruh <i>Influencer Credibility</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> Lokal <i>Somethinc</i> pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo	90
4.3.2 Pengaruh <i>Content Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> Lokal <i>Somethinc</i> pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo	92
4.3.3 Pengaruh <i>Engagement Rate</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> Lokal <i>Somethinc</i> pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo	94

4.3.4 Pengaruh <i>Influencer Credibility</i> , <i>Content Quality</i> , dan <i>Engagement Rate</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> Lokal <i>Somethinc</i> pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	107



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Pengguna dan Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia (2022–2025)	1
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel.....	54
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	67
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial Yang Sering Digunakan	68
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Media Sosial Per Hari	69
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	70
Tabel 9. Pengelompokkan Skor	71
Tabel 10. Jawaban Responden terkait Variabel Influencer Credibility (X1).....	72
Tabel 11. Jawaban Responden terkait Variabel Content Quality (X2).....	73
Tabel 12. Jawaban Responden terkait Variabel Engagement Rate (X3)	74
Tabel 13. Jawaban Responden Terkait Variabel Keputusan Pembelian (Y)	76
Tabel 14. Hasil Uji Validitas.....	78
Tabel 15. Hasil Uji Realibilitas	79
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas	80
Tabel 17. Uji Multikolinearitas	81
Tabel 18. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	83
Tabel 19. Hasil Uji Koefisien Determinasi	85
Tabel 20. Hasil Uji T (Parsial)	86
Tabel 21. Hasil Uji F (Simultan).....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Penelitian	42
Gambar 2. Brand Skincare Terlaris di E-Commerce	65
Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
Gambar 4. Daerah Penerimaan dan Penolakan H01	87
Gambar 5. Daerah Penerimaan dan Penolakan H02	88
Gambar 6. Daerah Penerimaan dan Penolakan H03	88



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisioner Penelitian	107
Lampiran 2: Output Frekuensi Karakteristik Responden.....	113
Lampiran 3: Tabulasi Data.....	114
Lampiran 4: Jawaban Responden.....	126
Lampiran 5: Uji Validitas.....	127
Lampiran 6: Uji Reliabilitas.....	131
Lampiran 7: Uji Asumsi Klasik	132
Lampiran 8: Hasil Analisis Data	133
Lampiran 9: Uji Hipotesis.....	134
Lampiran 10: Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	135
Lampiran 11: Surat Keterangan hasil Similarity Check	137
Lampiran 12: Sumbit Jurnal.....	138

