

**PENGARUH *BEAUTY INFLUENCER*, *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)*,
DAN IKLAN TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SOMETHINC**

(Studi Kasus Pada Konsumen Generasi Z Kota Madiun)

SKRIPSI



OLEH :

RISCA DWI ANGGRAINI

2203102158

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2026

**PENGARUH *BEAUTY INFLUENCER*, *FEAR OF MISSING OUT* (FoMO)
DAN IKLAN TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SOMETHINC
(STUDI KASUS KONSUMEN GENERASI Z KOTA MADIUN)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 Manajemen

OLEH :

RISCA DWI ANGGRAINI

2203102158

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PGRI MADIUN

2026

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Risca Dwi Anggraini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 11 Juni 2026

Pembimbing I,



Dian Citaningtyas Ari Kadi, S. E., M.M.
NIDN. 0713058001

Madiun, 11 Juni 2026

Pembimbing II,



Metik Asmike, S. E., M.M
NIDN. 0729117402

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi oleh Risca Dwi Anggraini ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Kamis tanggal 18 Juli 2026.

Panitia Penguji,


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

Ketua


Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M.
NIDN. 0724128802

Sekretaris


Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.
NIDN. 0713058001

Anggota


Metikasmike, S. E., M. M.
NIDN. 0729117402

Anggota


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

Anggota

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA
NIDN. 0727078603

Mengesahkan,
Kaprod S1 Manajemen


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Risca Dwi Anggraini
NIM : 2203102158
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang di tulis ini benar – benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilan alihan tulisan atau pikiran orang lain yang diakui sebagai hasil tulisan pikiran sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini plagiat, maka bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 8 Juni 2025

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink is written over a yellow revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila logo and the text '10.000', 'METERAI TEMPAN', and a serial number '7C13DAQX216982690'.

Risca Dwi Anggraini

2203102158

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“ Anglaras ilining Banyu, Angeli Ananing Ora Keli “

(sunan kalijaga)

“ Tidak ada satupun manusia yang layak memudarkan warna-warna cantik yang sudah ku usahakan sendiri, karena apa yang telah dilewati adalah bukti aku berjuang untuk menjadi bagian terbaikku “

(penulis)

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA :

Bapak dan Ibu tercinta dua orang yang sangat berjasa yang selalu mengusahakan penulis sampai pada saat ini. Kepada kakak tersayang yang selalu mengupayakan senyuman dan tawa untuk penulis terima kasih atas segala hal yang kalian berikan yang tak terhitung jumlahnya. Sedewasa apapun penulis tetap membutuhkan kalian di hidup penulis. Penulis persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar ini untuk Bapak, Ibu dan Kakak

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb Alhamdulillahhirabbil'alamin, puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penelii dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ **Pengaruh Beauty Influencer, Fear of Missing Out (FoMO) dan Iklan Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc (Studi Kasus Konsumen Generasi Z Kota Madiun)**” dengan tepat waktu peneliti sangat bersyukur atas terselesaikannya penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu persyaratan kelulusan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.

Selama penyusunan skripsi ini peneliti mendapat banyak bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Dr. H. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd. Selaku Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Bapak Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E, M.M., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
3. Ibu Dr. Karuniawati Hasanah, S.E, M.M., Selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
4. Ibu Apriyanti, S.E., M.M. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun
5. Bapak Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M. Selaku Sekertaris Prodi Manajemen Universitas PGRI Madiun.

6. Ibu Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar membimbing, mengarahkan dan memberikan nasehat-nasehat dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Metik Asmike, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar membimbing, mengarahkan dan memberikan nasehat-nasehat dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepada teristimewa cinta pertama saya Bapak Achmad Tukiran, dan Ibu Siti Lestari. Terimakasih selalu memperjuangkan dan mengupayakan segalanya untuk kehidupan penulis. Terimakasih atas setiap doa yang dipanjatkan, setiap nasihat yang diberikan dan setiap pengorbanan yang mengiringi langkah penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi dan meraih gelar sarjana.

Manusia tidak lepas dari kesalahan dan lupa, bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan dan kemampuan dari penulis. Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Madiun, 8 Juni 2026

Risca Dwi Anggraini

2203102158

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	15
C. Rumusan Masalah	16
D. Tujuan Penelitian.....	16
E. Kegunaan Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	18
A. Kajian Pustaka	18
1. <i>Grand Theory</i>	18
2. <i>Beauty Influencer</i>	19
3. <i>Fear Of Missing Out</i>	22
4. Iklan Tiktok.....	26
5. Keputusan Pembelian	29
C. Kerangka Konseptual	52
D. Hipotesis Penelitian	53
BAB III METODE PENELITIAN	59
A. Tempat dan Waktu Penelitian	59
B. Jadwal Penelitian	59
C. Desain Penelitian	60
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	61
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	65
F. Teknik Pengumpulan Data	68
G. Instrumen Penelitian	69
H. Teknik Analisis Data	70

1.	Analisis Deskriptif	71
2.	Uji Data Instrumen Variabel Penelitian	71
3.	Uji Asumsi Klasik	72
4.	Analisis Regresi Linier Berganda	75
5.	Uji Hipotesis	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		78
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	78
B.	Deskripsi Data	80
1.	Umur	80
2.	Jenis Kelamin	81
3.	Jenis pendidikan	82
C.	Hasil Analisis Data	83
D.	Pembahasan	101
BAB V PENUTUP		115
A.	Kesimpulan	115
B.	Implikasi dan Saran	116
DAFTAR PUSTAKA		120

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 perbandingan produk skincare.....	2
Tabel 1.2 Penggunaan Sosial Media.....	8
Tabel 2.1 Data Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	60
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	66
Tabel 3.3 Tabel Skala Likert.....	69
Tabel 4.1 Karakteristik Responde Berdasarkan Usia.....	79
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
Tabel 4.3 deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis pendidikan.....	81
Tabel 4.4 Deskripsi <i>Beauty Influencer</i>	82
Tabel 4.5 <i>Fear of Missing Out</i>	84
Tabel 4.6 Iklan Tiktok.....	85
Tabel 4.7 Keputusan Pembelian.....	87
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas SPSS.....	89
Tabel 4.9 Uji Reabilitas.....	91
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	92
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	93
Tabel 4.12 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	94
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	95
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	97
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2).....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	53
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	61
Gambar 4.1 Logo Produk Skincare Somethinc.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	127
Lampiran 2 Tabulasi.....	134
Lampiran 3 SPSS.....	154
Lampiran 4 Produk Somethinc.....	159