

**PENGARUH KONTEN EDUKATIF @DOKTERDETEKTIF DI
TIKTOK TERHADAP KEPERCAYAAN PRODUK *SKINCARE*
DI KALANGAN PELAJAR SMA INTENSIF TARUNA
PEMBANGUNAN SURABAYA
SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya, guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh

Nadira Salsa Bella
04020521071



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA**

2025

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PENULISAN SKRIPSI

Bismilahirrahmanirrahim

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Nadira Salsa Bella

NIM : 04020521071

Prodi : Ilmu Komunikasi

Alamat : Jl Jambangan X No.84 b

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada Lembaga Pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari terbukti ataupun dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berlaku.

Surabaya, 17 Mei 2025

Yang membuat pernyataan.



Nadira Salsa Bella
NIM. 04020521071

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Nadira Salsa Bella
NIM : 04020521071
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Edukatif @dokterdetektif Di
TikTok Terhadap Kepercayaan Produk Skincare
Di Kalangan Pelajar SMA Intensif Taruna
Pembangunan Surabaya.

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 14 Mei 2025
Menyetujui Pembimbing,



(Dr. Afifatur Rohimah M.IKom)
NIP. 199404102020122026

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH KONTEN EDUKATIF @DOKTERDETEKTIF DI
TIKTOK TERHADAP KEPERCAYAAN PRODUK *SKINCARE*
DI KALANGAN PELAJAR SMA INTENSIF TARUNA
PEMBANGUNAN SURABAYA**

SKRIPSI
Disusun Oleh
Nadira Salsa Bella
04020521071

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strara Satu
pada tanggal 27 Mei 2025

Tim Penguji

Penguji I

Dr. Afifaturohimah M.IKom
NIP. 199404102020122026

Penguji II

Prof. Dr. H. Ali Nurdin, S.Ag, M.Si
NIP. 197106021998031001

Penguji III

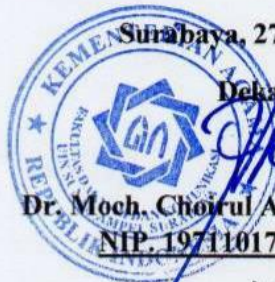
Pardianto, S.Ag, M.Si
NIP. 197306222009011004

Penguji IV

Abu Amar Bustomi, M.Si
NIP. 1971020420018

Surabaya, 27 Mei 2025

Dekan,



Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag. M. Fil.I.
NIP. 197110171998031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nadira Salsa Bella
NIM : 04020521071
Fakultas/Jurusan : Dakwah Dan Komunikasi/Ilmu Komunikasi
E-mail address : nadirasalsabella67@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Pengaruh Konten Edukatif @Dokterdetektif Di TikTok Terhadap Kepercayaan Produk *Skincare* Di Kalangan Pelajar SMA Intensif Taruna Pembangunan Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 01 Januari 2026

Penulis

(Nadira Salsa Bella)

ABSTRAK

Nadira Salsa Bella, NIM 04020521071, 2025. *Pengaruh Konten Edukatif @Dokterdetektif Di Tiktok Terhadap Kepercayaan Produk Skincare Di Kalangan Pelajar SMA Intensif Taruna Pembangunan Surabaya.*

Perkembangan platform media sosial di era digital dan kemajuan internet telah menciptakan ruang baru seperti TikTok sebagai sarana penyampaian informasi, termasuk di bidang kecantikan dan perawatan kulit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten edukatif yang disampaikan oleh akun TikTok @dokterdetektif terhadap tingkat kepercayaan pelajar terhadap produk perawatan kulit. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional serta teknik pengumpulan data berupa kuesioner online. Sampel penelitian berjumlah 75 responden dari siswa kelas 11 SMA Intensif Taruna Pembangunan Surabaya, yang dipilih berdasarkan kriteria: aktif menggunakan TikTok dan mengikuti akun @dokterdetektif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh konten edukatif @dokterdetektif terhadap kepercayaan pelajar pada produk skincare berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai korelasi 0,526. Konten yang informatif dan berbasis bukti meningkatkan kepercayaan audiens. Uji determinasi menunjukkan bahwa konten edukatif menjelaskan 27,7% variabel kepercayaan. Temuan ini menegaskan pentingnya edukasi kredibel di media sosial dalam membentuk persepsi konsumen muda.

Kata Kunci: Konten Edukatif, TikTok, @dokterdetektif, Kepercayaan Produk, Skincare, Pelajar SMA

ABSTRACT
(Bahasa Inggris)

Nadira Salsa Bella, NIM 04020521071, 2025. *The Influence of @Dokterdetektif Educational Content on Tiktok on Trust in Skincare Products Among Intensive High School Students of Surabaya Development Cadets.*

▲

The development of social media platforms in the digital era and the advancement of the internet have created new spaces such as TikTok as a means of conveying information, including in the fields of beauty and skincare. This study aims to determine the influence of educational content delivered by TikTok @dokterdetektif accounts on the level of students' trust in skin care products. This study uses a quantitative method with a correlational approach and data collection techniques in the form of online questionnaires. The research sample amounted to 75 respondents from 11th grade students of SMA Intensively Taruna Pembangunan Surabaya, who were selected based on criteria: actively using TikTok and following @dokterdetektif accounts.

The results showed that the influence of @dokterdetektif educational content on student confidence in skincare products had a positive and significant effect with a correlation value of 0.526. Informative and evidence-based content increases audience trust. The determination test showed that educational content explained 27.7% of the trust variable. These findings confirm the importance of credible education on social media in shaping the perception of young consumers.

Keywords: Educational Content, TikTok, @dokterdetektif, Product Trust, Skincare, High School Students

ABSTRAK (Bahasa Arab)

ديرا سالسا بيلا، صفر أربعة صفر اثنان صفر خمسة اثنان واحد صفر سبعة واحد، ألفان وخمس وعشرين، ثير المحتوى التثقيفي لحساب @dokterdetektif على تطبيق تيك توك على ثقة طلاب المرحلة الثانوية بمنتجات العناية لبشرة في المدرسة العالية Intensif Taruna Pembangunan بمدينة سورا .

لقد أدى تطور منصات التواصل الاجتماعي في العصر الرقمي وتقدم شبكة الإنترنت إلى إنشاء فضاء جديد مثل تطبيق "تيك توك" كوسيلة لنقل المعلومات، بما في ذلك في مجال الجمال والعناية لبشرة.

ويهدف هذا البحث إلى معرفة مدى ثير المحتوى التثقيفي الذي يقدمه حساب @dokterdetektif على "تيك توك" على مستوى ثقة طلاب المرحلة الثانوية بمنتجات العناية لبشرة.

يعتمد هذا البحث على المنهج الكمي استخدام المقاربة الارتباطية، وتم جمع البيانات من خلال استبيان إلكتروني.

بلغ عدد عينة الدراسة ٧٥ مشاركاً من طلاب الصف الحادي عشر في المدرسة العالية Intensif Taruna Pembangunan بمدينة سورا ، وتم اختيارهم بناءً على المعايير التالية: الاستخدام النشط لتطبيق "تيك توك" ومتابعة حساب @dokterdetektif .

يدرس هذا البحث ثير المحتوى التثقيفي الذي يقدمه حساب @dokterdetektif على ثقة الطلاب في منتجات العناية لبشرة.

المحتوى التعليمي على ثقة الطلاب بمنتجات العناية لبشرة @dokterdetektif أظهرت النتائج أن ثير . كان له ثير إيجابي ومعنوي بقيمة ارتباط 0.526. يزيد المحتوى الإعلامي والقائم على الأدلة من ثقة الجمهور

أظهر اختبار التحديد أن المحتوى التعليمي يفسر 27.7٪ من متغير الثقة. تؤكد هذه النتائج أهمية التعليم الموثوق به على وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل تصور المستهلكين الشباب

الكلمات المفتاحية: المحتوى التثقيفي، تيك توك، @dokterdetektif، الثقة لمنتج، العناية لبشرة، طلاب المدرسة العالية.

DAFTAR ISI

| | |
|--|--------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING..... | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI..... | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA..... | vi |
| ABSTRAK..... | viii |
| ABSTRACT (Bahasa Inggris) | ix |
| ABSTRAK (Bahasa Arab)..... | x |
| KATA PENGANTAR | xi |
| DAFTAR ISI | xiii |
| DAFTAR TABEL..... | xvi |
| DAFTAR GAMBAR | xvii |
| DAFTAR DIAGRAM | xviii |
| DAFTAR TRANSLITERASI..... | xix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 5 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Manfaat Penelitian | 6 |
| 1. Manfaat Teoritis | 6 |
| 2. Manfaat Praktis..... | 6 |
| E. Definisi Operasional | 6 |
| 1. Konten edukatif @dokterdetektif di TikTok (X) | 6 |
| 2. Kepercayaan Produk Skincare (Y) | 8 |
| F. Sistematika Pembahasan | 10 |

| | |
|---|-----------|
| BAB II KAJIAN TEORITIS | 11 |
| A. Landasan Teori..... | 11 |
| 1. Teori Perubahan Sikap Carl Hovlan..... | 11 |
| 2. Konten Edukatif @dokterdetektif | 14 |
| 3. Aplikasi TikTok pada Produk Skincare | 17 |
| 4. Kepercayaan Masyarakat pada Produk Skincare melalui Media Sosial TikTok | 21 |
| B. Kajian Perspektif Islam | 25 |
| C. Penelitian Dahulu yang Relevan | 26 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 33 |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... | 33 |
| B. Lokasi Penelitian | 35 |
| C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling..... | 35 |
| 1. Populasi | 35 |
| 2. Sampel..... | 36 |
| 3. Teknik Sampling | 36 |
| D. Variabel dan Indikator Variabel..... | 37 |
| 1. Variabel Penelitian | 37 |
| 2. Indikator Variabel..... | 38 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 39 |
| 1. Data Primer..... | 39 |
| 2. Data Sekunder | 39 |
| F. Teknik Validitas dan Realibitas Instrumen Penelitian | 40 |
| 1. Uji Validitas | 40 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 44 |
| G. Teknik Analisis Data | 45 |

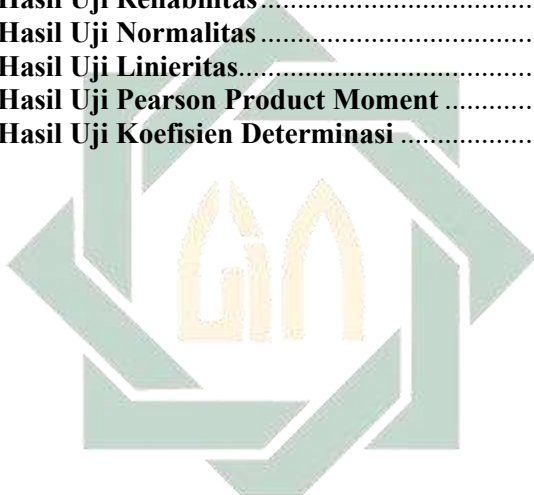
| | |
|---|-----------|
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 47 |
| A. Gambaran Umum Obyek Penelitian | 47 |
| B. Penyajian Data Penelitian..... | 47 |
| C. Pengujian Hipotesis | 53 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian | 58 |
| 1. Perspektif Teori | 58 |
| 2. Perspektif Islam..... | 62 |
| BAB V PENUTUP | 65 |
| A. Kesimpulan | 65 |
| B. Saran dan Rekomendasi | 66 |
| C. Batasan Penelitian | 67 |
| DAFTAR PUSTAKA | 70 |
| LAMPIRAN | 78 |
| BIOGRAFI PENELITI..... | 86 |



 UIN SUNAN AMPEL
 S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----------|
| Tabel 3. 1. Variabel dan Indikator Penelitian..... | 38 |
| Tabel 3. 2. Instrumen Penelitian | 41 |
| Tabel 3. 3. Realibitas Cronbach Alpha..... | 45 |
| Tabel 4. 1. Hasil Uji Validitas..... | 51 |
| Tabel 4. 2. Tingkat Realibitas Cronbach Alpha | 52 |
| Tabel 4. 3. Hasil Uji Reliabilitas..... | 52 |
| Tabel 4. 4. Hasil Uji Normalitas..... | 54 |
| Tabel 4. 5. Hasil Uji Linieritas..... | 55 |
| Tabel 4. 6. Hasil Uji Pearson Product Moment | 56 |
| Tabel 4. 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi | 57 |



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

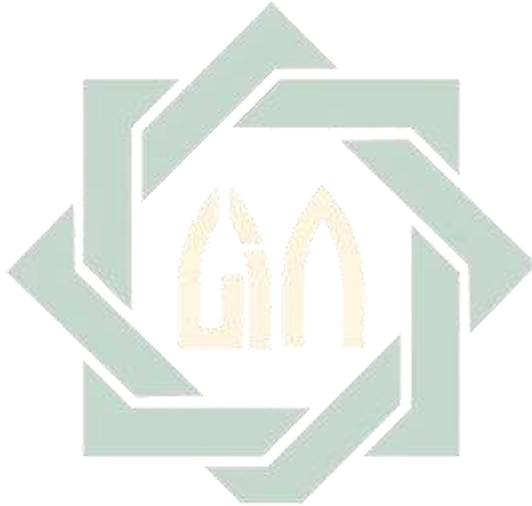
Gambar 1. 1. Screenshoot dari Konten @dokterdetektif.....3



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR DIAGRAM

| | |
|---|-----------|
| Diagram 4. 1. Usia Responden..... | 48 |
| Diagram 4. 2. Jenis Kelamin Responden..... | 49 |
| Diagram 4. 3. Sejak Kapan Menjadi Pengikut | 50 |



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Dwi Putri Robiatul. “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang.” *Jurnal Komunikasi* 14, No. 2 (23 Oktober 2020): 135–148. <https://doi.org/10.21107/Ilkom.V14i2.7504>.
- Amanda, Livia, Ferra Yanuar, Dan Dodi Devianto. “Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang.” *Jurnal Matematika Unand* 8, No. 1 (5 Juli 2019): 179–188. <https://doi.org/10.25077/Jmu.8.1.179-188.2019>.
- Ambarsari, Yuni, Dan Luncana Faridhoh Sasmito. “Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Siswa Kelas.” *Jurnal Ilmiah Mitra Swara Ganesha* 10 (1 Januari 2023): 11-19.
- Azizah, Lukita, Janti Gunawan, Dan Puti Sinansari. “Pengaruh Pemasaran Media Sosial Tiktok Terhadap Kesadaran Merek Dan Minat Beli Produk Kosmetik Di Indonesia.” *Jurnal Sains Dan Seni Its* 11, No. 2 (11 Juli 2022): 438-443. <https://doi.org/10.12962/J23373520.V11i2.76691>.
- Balaka, Muh. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2022.
- Buana, Tri, Dan Dwi Maharani. “Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) Dan Kreativitas Anak.” *Jurnal Inovasi* Vol.16 No.2 (Agustus 2022): 34-44.
- Caniago, Aspizain, Dan Wuli Sudarmi. “Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Motivasi Karyawan Terhadap Kinerja Perusahaan.” *Jurnal Lentera Bisnis* 10, No. 1 (13 Juli 2021): 1-13. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V10i1.404>.
- Chicy Widatama Putri Dan Nayla Martasya. “Pengaruh Content Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen Pada Bisnis Skincare.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 2, No. 1 (15 Januari 2025): 37–45. <https://doi.org/10.69714/Dyvc8v47>.

Eny Widhia Agustin, Mia Hafizah Tumangger, Aisya Nurmaliyah, Naila Syafa Maudy, Cinta Maharaniyah Lubis, Siti Ummu Nur Izzaty, Devika Chandra Kuslinawat, Dan Era Patrika Sakti. “Studi Literatur Kandungan Zat Berbahaya Pada Skincare Dan Dampaknya Terhadap Kesehatan Kulit.” *An-Najat* 3, No. 1 (22 Desember 2024): 01–10. <https://doi.org/10.59841/An-Najat.V2i4.2058>.

Fadilla, Annisa Rizky, Dan Putri Ayu Wulandari. “Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data.” *Jurnal Penelitian* 1, No. 3 (2023): 34-46.

Felten, Peter, Rachel Forsyth, Dan Kathryn A. Sutherland. “Building Trust In The Classroom: A Conceptual Model For Teachers, Scholars, And Academic Developers In Higher Education.” *Teaching And Learning Inquiry* 11 (9 Juli 2023): 1-9. <https://doi.org/10.20343/Teachlearninqu.11.20>.

Fera Anggraini Dan Mirzam Arqy Ahmadi. “Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Di Kalangan Generasi Z : Literature Review.” *Journal Of Management And Creative Business* 3, No. 1 (29 November 2024): 62–73. <https://doi.org/10.30640/Jmebus.V3i1.3450>.

Firamadhina, Fadhlizha Izzati Rinanda, Dan Hetty Krisnani. “Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme.” *Share : Social Work Journal* 10, No. 2 (12 Februari 2021): 199-208. <https://doi.org/10.24198/Share.V10i2.31443>.

Firmansyah, Deri Dan Dede. “Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review.” *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (Jiph)* 1, No. 2 (30 Agustus 2022): 85–114. <https://doi.org/10.55927/Jiph.V1i2.937>.

- Gultom, Dedek Kurniawan, Muhammad Arif, Dan Muhammad Fahmi. “Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan.” *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 3, No. 2 (September 2020): 171-180.
- Harahap, Marianna, Firman Firman, Dan Riska Ahmad. “Penggunaan Social Media Dan Perubahan Sosial Budaya Masyarakat.” *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* 3, No. 1 (24 Februari 2021): 135–143.
<https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i1.252>.
- Herman, Herman, Edi Maszudi, Rahmad Solling Hamid, Putri Dewintari, Dan Atika Aulia. “Peran Influencer Marketing Online Customer Review Dan Content Marketing Dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram.” *Jesya* 6, No. 2 (1 Juni 2023): 1348–1358.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1059>.
- Jabnabillah, Faradiba, Aswin Aswin, Dan Mahfudz Reza Fahlevi. “Efektivitas Situs Web Pemerintah Sebagai Sumber Data Sekunder Bahan Ajar Perkuliahan Statistika.” *Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan* 6, No. 1 (30 Juni 2023): 59–70. <https://doi.org/10.32923/kj.mp.v6i1.3373>.
- Kanda, Ageng Saepudin, Dan Erwin Firdaus. “Pengaruh Konten Self-Healing Di Instagram Terhadap Kesehatan Mental Generasi Z Di Kota Bandung.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 2 (Februari 2024): 34-38.
<https://doi.org/10.61722/jiem.v2i2.888>.
- Maharani, Dewi Fajar, Dona Raisa Monica, Dan Fristia Berdian Tamza. “Upaya Penanggulangan Peredaran Skincare Berbahaya Di Indonesia.” *Jurnal Iso: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora* 4, No. 2 (9 September 2024): 1-8.
<https://doi.org/10.53697/iso.v4i2.1847>.

- Morissan. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Mukhid, Abd. *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Surabaya: Jakad Media Publishing, 2021.
- Nabila, Jihan, Dan Nur Azijah. “Pengaruh Brand Image Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Followers Akun Tiktok @Skintific Id.” *Akademik: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* 4, No. 3 (1 September 2024): 1594–1608. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i3.1070>.
- Najela, Farah, Izzatul Lutfiah Rahman, Dan Ali Nurdin. “Edukasi Dan Literasi Produk Kecantikan Di Tiktok: Studi Kasus Akun Dokter Detektif” 10, No. 1 (2025): 144-157.
- Nasrudin, Juhana. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pt. Panca Terra Firma, 2019.
- Nurlan, Fausiah. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pilar Nusantara, 2019.
- Nurmala, Asti, Dan Rani Apriani. “Perlindungan Konsumen Atas Predaran Skincare Yang Belum Mendapat Izin Edar Dari Bpom.” *Justitia : Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora* 9, No. 3 (2022), 1227-1233.
- Pardianti, Melly Septia, Dan Velantin Valiant S. “Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi.” *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 27, No. 2 (21 Agustus 2022): 187–210. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i2.1905>.
- Permana, Reyhan Audie Maulida, Dan Budi Astuti. “Pengaruh Review Beauty Influencer Terhadap Niat Beli Produk Pada Media Sosial Youtube.” *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 6, No. 3 (13 April 2023): 290–304. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i3.276>.

- Permatasari, Dita Rieza, Dan Lalu Zulkifli. “Hubungan Pemahaman Nilai-Nilai Karakter Peduli Lingkungan Dengan Hasil Belajar Biologi.” *Journal Of Classroom Action Researc* 4, No. 3 (Agustus 2022): 134-140.
- Perwira, Sunarto. *Mendayung Karakter: Konsep Dasar Dan Pengembangan Teori Perubahan Sikap Di Sepak Bola*. Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2024.
- Pinto, Puput Alvhyona, Dan Eristia Lidia Paramita. “Social Media Influencer And Brand Loyalty On Generation Z: The Mediating Effect Of Purchase Intention.” *Diponegoro International Journal Of Business* 4, No. 2 (31 Desember 2021): 105–15. <https://doi.org/10.14710/Dijb.4.2.2021.105-115>.
- Pranata S., Panca Wira, Agus Nugroho, Dan Roby Setiawan. “Perancangan Game Edukasi ‘Kabataku’ Untuk Anak Sekolah Dasar Dengan Menggunakan Metode Quiz Team.” *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Komputer (Jakakom)* 4, No. 1 (30 April 2024): 773–781. <https://doi.org/10.33998/Jakakom.2024.4.1.1467>.
- Priatama, Ryan, Ilham Hilal Ramadhan, Az- Zuhaida, Awanis Akalili, Dan Febriansyah Kulau. “Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun Tiktok @Jogjafoodhunterofficial).” *Socia: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 18, No. 1 (29 Juni 2021): 49–60. <https://doi.org/10.21831/Socia.V18i1.40467>.
- Rahmi Pertiwi, Getar, Risnita, Dan M. Syahrani Jailani. “Jenis Jenis Penelitian Ilmiah Kependidikan.” *Jurnal Qosim Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora* 1, No. 1 (31 Mei 2023): 41–52. <https://doi.org/10.61104/Jq.V1i1.59>.
- Ramadhan, Muhammad. *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara (Cmn), 2021.
- Rohimah, Afifatur, Luluk Fikri Zuhriyah, Dan Jupriono. “Komunikasi Korporat Industri Halal Dalam Membangun Citra Positif

- Secara Berkelanjutan Melalui Media Sosial.” *Journal Of Islamic Communication Studies* 1, No. 2 (31 Juli 2023): 24–39. <https://doi.org/10.15642/jicos.2023.1.2.24-39>.
- Safitri, Bahrotul Dwi, Ahmad Syahrizal, Dan Ogi Saputra. “Pengaruh Literasi Halal, Dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare.” *Journal Of Islamic Economics And Finance* 1, No. 4 (2023):1-17.
- Sahir, Syafrida. *Metodologi Penelitian*. Penerbit Kbm Indonesia, 2022.
- Setiawati, Mia, Dan Aprilianti Pratiwi. “Tiktok Sebagai Media Edukasi Perawatan Kecantikan.” *Cakrawala Repositori Imwi* 5, No. 2 (28 Desember 2022): 416–430. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v5i2.113>.
- Sholihatul Atik Hikmawati Dan Luluk Farida. “Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang.” *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 2, No. 1 (10 Januari 2021): 1–11. <https://doi.org/10.51339/ittishol.v2i1.215>.
- Simanjuntak, Tri Wahyuni, Dan Asron Saputra. “Pengaruh Brand Image, Content Influencer Dan Live Streaming Tiktok Terhadap Minat Beli Skincare Skintific Di Batam.” *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora* 4, No. 2 (19 Agustus 2024): 619–628. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v4i2.543>.
- Sinambela, Ella Anastasya, Yusuf Rahman Al Hakim, Dan Moch. Irfan. “Pengaruh Kedisiplinan Dan Komunikasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan.” *Relasi : Jurnal Ekonomi* 15, No. 2 (28 Juli 2019): 308–320. <https://doi.org/10.31967/relasi.v15i2.314>.
- Siyoto, Sandu, Dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media, 2015.
- Slameto, Slameto. “Penyusunan Proposal Penelitian Tindakan Kelas.” *Scholaria : Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan* 5, No. 2 (8

Desember 2015): 60-69.
<https://doi.org/10.24246/j.scholaria.2015.v5.i2.p60-69>.

- Sono, Mohammad Gifari, Mega Ilhamiwati, Widalicin January, Dan Eva Yuniarti Utami. "Analisis Pengaruh Kredibilitas Influencer, Relevansi Konten, Dan Tingkat Keterlibatan Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Generasi Z Dalam Kampanye Influencer Marketing: Studi Kasus Pada Industri Fashion Di Indonesia" 2, No. 1 (2024):11-23.
- Sugiono, Shiddiq. "Industri Konten Digital Dalam Perspektif Society 5.0 Digital Content Industry In Society 5.0 Perspective" 22, No. 2 (2020): 175-191.
- Suhay, Elizabeth, Bernard Grofman, Dan Alexander Trechsel. "The Oxford Handbook Of Electoral Persuasion." Oxford University Press, 2020.
- Sumargo, Bagus. *Teknik Sampling*. Jakarta: Unj Press, 2020.
- Swarjana, I Ketut. *Populasi-Sampel Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi (Anggota Ikapi), 2022.
- Themba, Orfyanny S., Dan Buyung Romadhoni. "Strategi Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Social Marketing, Endorserment Selebgram Dan Potongan Harga." *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 11, No. 1 (20 Januari 2023): 653-662.
<https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3305>.
- Wajdi, Farid, Desy Seplyana, Dan Juliastuti. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Widina Media Utama, 2024.
- Welsa, Henny, Putri Dwi Cahyani, Dan Fernicko Meidyansyah. "Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, No. 3 (10 September 2022): 1026-1036.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1471>.

- Yam, Jim Hoy, Dan Ruhiyat Taufik. “Hipotesis Penelitian Kuantitatif.” *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi* 3, No. 2 (1 Agustus 2021): 96–102.
<https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>.
- Zenita, Berliana Priya, Dan Dwi Putri Restuti. “Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Skincare Melalui Endorsement Dari Influencer Muslim: Purchasing Confidence In Skincare Products Through Endorsements From Muslim Influencers.” *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 5, No. 02 (17 Juli 2024): 143–160.
<https://doi.org/10.37366/ekomabis.v5i02.1407>.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A