

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN *INFLUENCER* MARKETING
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF *GEN Z* PADA PRODUK
PIKULABS PURE MATCHA DI PLATFORM *TIKTOK***

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Diajukan Oleh:

SAVANA MASKHURIN

NPM: 2261201003142



UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN

FAKULTAS EKONOMI

2026

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Savana Maskhurin

Nomor Pokok Mahasiswa : 2261201003142

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial dan *Influencer Marketing*
terhadap Perilaku Konsumtif *Gen Z* pada Produk
Pikulabs Pure Matcha di Platform *Tiktok*

Pasuruan, 30 Juli 2026

DISETUJUI DAN DITERIMA:

Dosen Pembimbing I



(Nurul Akramiah, S.E., M.M.)

Dosen Pembimbing II



(Eni Erwantiningsih, S.E., M.M.)

Dekan



(Dr. Ir. Bambang Sutikno, M.M.)

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Pada tanggal 30 Juli 2026

TIM PENGUJI:

1. Hari Wahyuni, S.E., M.M.

1. Ketua.....

2. Nurul Akramiah, S.E., M.M.

2. Sekretaris.....

3. Eni Erwantiningsih, S.E., M.M.

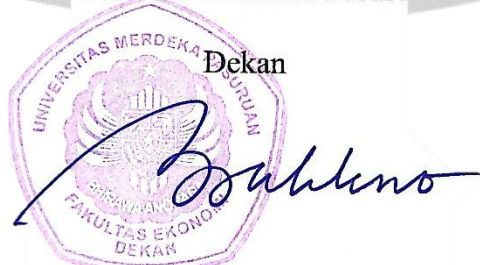
3. Anggota.....

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi

Universitas Merdeka Pasuruan

Dekan



Dr. Ir. Bambang Sutikno, M.M.

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT
(ORISINALITAS)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Savana Maskhurin

NPM : 2261201003142

Alamat : Jalan Halmahera G1, RT 02 RW 03, Kelurahan Tambaan,
Kecamatan Panggungrejo, Kota Pasuruan, Jawa Timur

Dengan Ini menyatakan Skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Media Sosial dan *Influencer Marketing* terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z pada produk *Pikulabs Pure Matcha* di Platform *Tiktok*”

Adalah hasil kerja tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Thesis, ataupun Disertasi. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi kami tulis adalah hasil plagiat maka kami bersedia menerima sanksi. Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 30 Juli 2026

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', 'POS', 'PASTEL', and 'E325EANX270360141'.

Savana Maskhurin.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Savana Maskhurin

Nomor Pokok Mahasiswa : 2261201003142

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat dan Tanggal Lahir : Pasuruan, 11 Oktober 2003

Alamat : Jalan Halmahera G1, RT 02 RW 03, Kelurahan
Tambaan, Kecamatan Panggungrejo,
Kota Pasuruan, Jawa Timur

Nama Orang Tua (ayah) : Iskandar

(ibu) : Kholifah

Riwayat Pendidikan :

Tahun 2016 : SDN Tapa'an 1 Pasuruan

Tahun 2019 : SMPN 8 Pasuruan

Tahun 2022 : SMAN 1 Pasuruan

Tahun 2022 : Terdaftar Sebagai Mahasiswa Aktif Universitas
Merdeka Pasuruan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Media Sosial dan *Influencer Marketing* terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z pada Produk *Pikulabs Pure Matcha* di Platform *Tiktok*" dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kemudahan, serta kelancaran dalam setiap prosesnya. Dan ayat Al Qur'an yang sering penulis ingat QS. Al-Insyirah ayat 5-6: "Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan." QS. Al-Baqarah ayat 286: "Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya." Yang selalu menjadi penenang untuk penulis.
2. Dr. Muhammad Musdram, S.Kom., M.M., M.Kom. selaku Rektor Universitas Merdeka Pasuruan.
3. Dr. Ir. Bambang Sutikno, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan,

koreksi, dan saran yang sangat berarti bagi penulis sejak tahap perencanaan penelitian hingga selesainya penyusunan skripsi ini

4. Nurul Akramiah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, koreksi, dan saran yang sangat berarti bagi penulis sejak tahap perencanaan penelitian hingga selesainya penyusunan skripsi ini
5. Eni Erwantiningsih, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II, yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, koreksi, serta saran yang sangat berarti bagi penulis sejak tahap perencanaan penelitian hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
6. Hari Wahyuni, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang bersifat membangun sehingga skripsi ini dapat disempurnakan.
7. Dunia dan akhiratku, Almarhum Bundaku tercinta, meskipun telah tiada dan tidak dapat menyaksikan secara langsung perjalanan yang penulis tempuh sampai di titik ini tetapi bunda selalu menjadi sumber kekuatan, semangat dan motivasi bagi penulis. Setiap langkah yang penulis tempuh ini tidak lepas dari doa, kasih sayang, nasihat, dan pengorbanan bunda semasa hidup, terima kasih telah menjadi bundaku dan penulis harap bisa membuat bangga bunda.
8. Supermanku, Ayah tercinta, setelah kepergian bunda, ayah tetap menjalankan peran sebagai orang tua seorang diri. Di balik ketegaran ayah, penulis tahu bahwa tidak selalu mudah menjalani semuanya sendiri tapi ayah tidak berhenti

memberikan kasih sayang, perhatian, dukungan, serta memenuhi segala kebutuhan penulis hingga sampai titik ini. Terima kasih telah menjadi alasan dan jembatan untuk penulis terus berjuang, dan semoga penulis bisa membuat ayah bangga.

9. Bobohoku, Adik tercinta, terima kasih telah tumbuh menjadi sosok yang kuat dan membanggakan, terima kasih selalu ada di sisi penulis dan berjuang tumbuh dengan baik bersama sampai di titik ini, penulis tidak dapat menggantikan sosok bunda di hidupmu tetapi penulis akan selalu berusaha menjadi kakak yang dapat menjaga, mendukung dan menemani adik dalam setiap langkah.
10. Nenek, tante, om, sepupu, dan semua saudara yang tidak bisa disebutkan satu-satu, terima kasih telah memberikan dukungan secara fisik dan mental, terima kasih atas semua doa dan nasihat yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis bisa sampai di titik ini.
11. Seseorang yang tidak pernah menyerah kepada penulis, terima kasih tetap hadir dan mendukung dalam keadaan apapun meskipun tidak selalu ada di sisi penulis secara langsung, terima kasih selalu ada di semua rasa senang, sedih, marah, hampa yang penulis alami sehingga bisa sampai di titik ini. Semoga takdir kita kedepannya membawa hal yang baik dan membahagiakan.
12. Teman seperjuangan dan senasibku, evryta noputry, terima kasih tidak pernah menyerah dengan sifat kemalasan penulis, tidak bosan mengingatkan dan mendukung penulis sehingga bisa sampai di titik ini yaitu menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Semoga hubungan kita selalu awet dan tidak pernah layu.

13. Teman kocolaku, yusrai, rosmalina, peri, dan salmankhan, terima kasih selalu bersama dengan penulis, mengajak dan mendukung penulis sehingga bisa sampai di titik ini. Semoga ikatan kita langgeng terus.
14. Ais cewek ariesku dan aunty widi cewek piscesku, terima kasih selalu ada dan mendukung penulis, terima kasih selalu mengajak penulis healing bersama di tengah-tengah ke resahan hati penulis meskipun sederhana itu sangat membantu penulis sehingga bisa sampai di titik ini. Semoga kita bisa bahagia bersama terus.
15. Penyelamatku, BTS (방탄소년단) yang anggotanya Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Heosok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook. Terutama V (Kim Taehyung), terima kasih telah muncul di hidup penulis di saat penulis berada titik terendah di hidupnya. Seperti yang V katakan “jangan terjebak dalam mimpi orang lain karena kamu lebih berharga dari itu, hargai hidupmu jalani dengan yakin dan percayalah semua baik-baik saja, semesta mendukungmu karena kamu berharga” dan dunia Magic Shop yang kalian buat telah menyelamatkan penulis sehingga bisa sampai di titik ini.
16. Penghiburku, Axel, Sandy, Maxwell, Harry, dan semua crush penulis, terima kasih telah hadir dan menjadi penghibur penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Pasuruan, 30 Juli 2026



Savana Maskhurin

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN DRAFT SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kegunaan Penelitian.....	13
1. Bagi Peneliti	13
2. Bagi Konsumen.....	13
3. Bagi Universitas	14
4. Bagi Peneliti Selanjutnya	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Perilaku Konsumtif.....	15

B. Media Sosial	19
C. <i>Influencer Marketing</i>	23
D. Hubungan Antar Variabel.....	27
E. Penelitian Terdahulu.....	32
F. Kerangka Konseptual	35
G. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Definisi Operasional Variabel.....	39
B. Ruang Lingkup Penelitian	42
C. Lokasi Penelitian.....	43
D. Populasi dan Sampel	44
E. Jenis Data.....	46
F. Teknik Pengumpulan Data	48
G. Teknik Pengolahan Data.....	51
H. Uji Instrumen Penelitian	53
I. Teknik Analisis Data	53
J. Uji Hipotesis.....	57
K. Koefisien Determinasi (R^2)	58
BAB IV HASIL PEMBAHASAN	59
A. Gambaran Objek Penelitian.....	59
B. Hasil Penelitian	61
C. Pembahasan Hasil Penelitian	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	94

A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Penjualan Produk Pure Pikulabs Pure Matcha pada <i>Platform Tiktok Shop Indonesia (per Maret – April 2026)</i>	4
Tabel 2	Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3	Uji Validitas Pada Variabel Media Sosial	61
Tabel 4	Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 5	Hasil Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 6	Hasil Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 7	Hasil Deskriptif Responden Berdasarkan Status.....	66
Tabel 8	Hasil Deskriptif Responden Berdasarkan Domisili	67
Tabel 9	Hasil Deskriptif Responden Berdasarkan Banyak Beli	68
Tabel 10	Hasil Deskriptif Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	69
Tabel 11	Frekuensi Jawaban Variabel Media Sosial (X1)	70
Tabel 12	Frekuensi Jawaban Variabel Influencer Marketing (X2)	73
Tabel 13	Frekuensi Jawaban Variabel Perilaku Konsumtif (Y)	78
Tabel 14	Hasil Uji Normalitas (Uji Kolmogorov Smirnov).....	84
Tabel 15	Hasil Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 16	Hasil Berdasarkan Uji Deviation From Linearity	87
Tabel 17	Media Sosial, Influencer Marketing terhadap Perilaku Konsumtif.....	88
Tabel 18	Hasil Uji F (Simultan).....	90
Tabel 19	Hasil Uji T	91

Tabel 20	Hasil Uji Koefisien Determinan (R Square)	92
----------	---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Audience Insight Topik Match.....	2
Gambar 2	Grafik Google Trend Matcha	3
Gambar 3	Komentar Pengguna <i>Tiktok</i> dan <i>Tiktok</i> Shop Tentang Pikulabs Pure Matcha.....	6
Gambar 4	Komentar Pengguna <i>Tiktok</i> di Konten Influencer dan Instagram Story Syifa Hadju	8
Gambar 5	Kerangka Konseptual	35
Gambar 6	Akun <i>Tiktok</i> Pikulabs Pure Matcha	44
Gambar 7	Objek Penelitian	60
Gambar 8	Hasil Uji Normalitas Berdasarkan P-P Plot	84
Gambar 9	Hasil Uji Keteroskedastisitas	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Jadwal Penelitian

Lampiran 3 Tabulasi Data

Lampiran 4 Uji Deskriptif

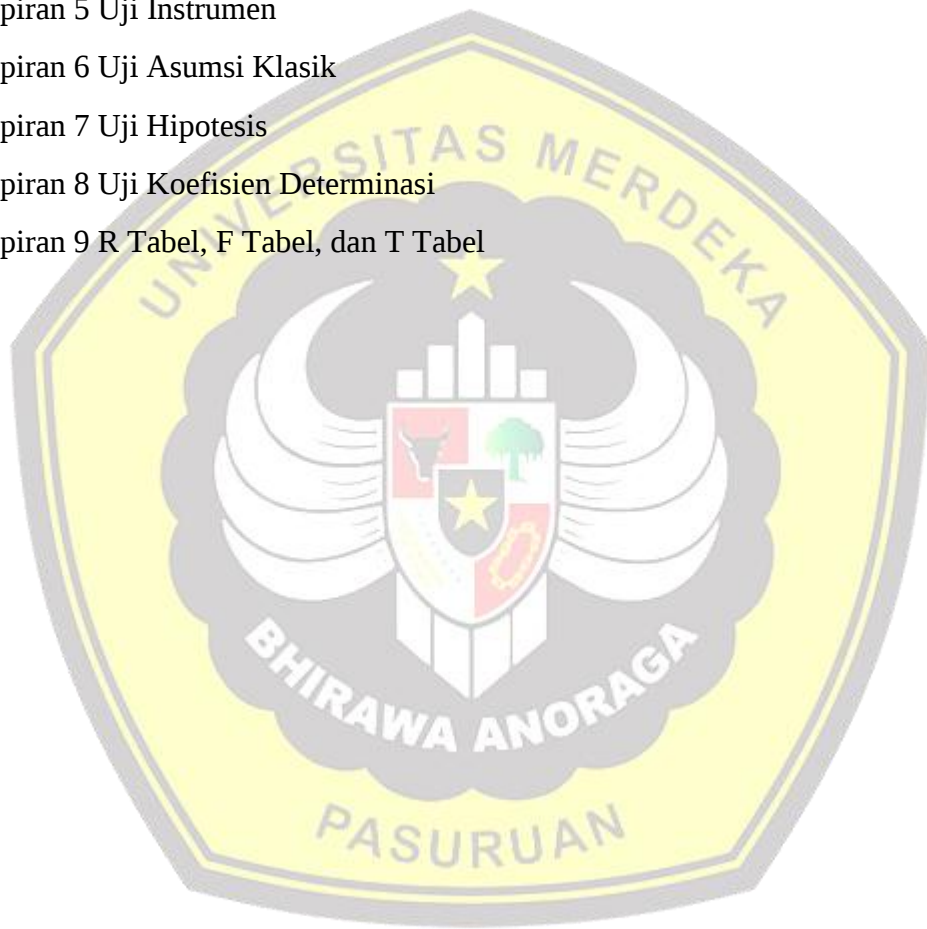
Lampiran 5 Uji Instrumen

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Uji Hipotesis

Lampiran 8 Uji Koefisien Determinasi

Lampiran 9 R Tabel, F Tabel, dan T Tabel



Pengaruh Media Sosial dan *Influencer Marketing* Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z Pada Produk *Pikulabs Pure Matcha* di Platform *TikTok*

Savana Maskhurin¹, Nurul Akramiah², Eni Erwantiningsih³

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

²³Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

E-mail: smaskhurin@gmail.com¹, nurul.aidan04@gmail.com²,
enierwantiningsih@unmerpas.ac.id³.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam strategi pemasaran dan perilaku konsumsi masyarakat, khususnya Generasi Z. Media Sosial, terutama TikTok, tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi media promosi yang efektif melalui penyebaran konten dan dukungan influencer. Fenomena meningkatnya popularitas produk *Pikulabs Pure Matcha* di TikTok menunjukkan bahwa Media Sosial dan *Influencer Marketing* berpotensi memengaruhi Perilaku Konsumtif konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Media Sosial dan *Influencer Marketing* terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada produk *Pikulabs Pure Matcha* di platform TikTok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 400 responden Generasi Z dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengujian data dilakukan melalui uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Media Sosial dan *Influencer Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada produk *Pikulabs Pure Matcha* di platform TikTok. Secara parsial, Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. Selain itu, *Influencer Marketing* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. Dengan demikian, semakin tinggi intensitas interaksi di Media Sosial dan semakin efektif penerapan *Influencer Marketing*, maka semakin tinggi pula kecenderungan Perilaku Konsumtif Generasi Z terhadap produk *Pikulabs Pure Matcha* di platform TikTok.

Kata Kunci: Media Sosial, *Influencer Marketing*, Perilaku Konsumtif, Generasi Z, *Pikulabs Pure Matcha*.