



PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
BENGKULU

Penulis
Dira Kinanti

Pengaruh Viralitas Produk, Influencer Review dan Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Skincare (Studi Kasus Pada Generasi Z: Teori Konsumsi Ekonomi Islam Sebagai Mediator)

Editor :
Romi Adetio Setiawan, P.hD
H.Makmur, Lc. M.A.

**PENGARUH VIRALITAS PRODUK, INFLUENCER
REVIEW, DAN CUSTOMER REVIEW TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
(Studi Kasus Pada Generasi Z: Teori Konsumsi Ekonomi
Islam Sebagai Mediator)**

(Artikel Jurnal)



TUGAS AKHIR ARTIKEL JURNAL

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi

**OLEH
DIRA KINANTI
NIM. 2223130028**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI
SUKARNO BENGKULU
2026 M/1447 H**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.uinfabengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul “Pengaruh Viralitas Produk, Influencer Review, Dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare (Studi Kasus Pada Generasi Z: Teori Konsumsi Ekonomi Islam Sebagai Mediator)” yang disusun oleh:

Nama : Dira Kinanti
NIM : 2223130028
Program Studi : Ekonomi Syariah
Bentuk Tugas Akhir : Jurnal Ilmiah

Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing Oleh karena itu, Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang *Munqasyah* Tugas Akhir pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno-Bengkulu.

Bengkulu, 27 April 2026 M

09 Dzulqa'dah 1447H

Pembimbing I

Pembimbing II

Romi Adetio Setiawan, Ph.D

NIP. 198312172014031001

H.Makmur, LC.MA

NIP. 197610042023211005

Mengetahui

**Koordinator Program Studi
Ekonomi Syariah**

Eeng Juli Efrianto, S.E, M.E

NIP.199307052020121010



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul "Pengaruh Viralitas Produk, Influencer Review, Dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare (Studi Kasus Pada Generasi Z: Teori Konsumsi Ekonomi Islam Sebagai Mediator)" yang disusun oleh:

Nama : Dira Kinanti
NIM : 2223130028
Program Studi : Ekonomi Syariah
Bentuk Tugas Akhir : Jurnal Ilmiah

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada :

Hari : Jumat
Tanggal : 22 Mei 2026 M / 05 Dzulhijah 1447 H

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, 22 Mei 2026 M
05 Dzulhijah 1447 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

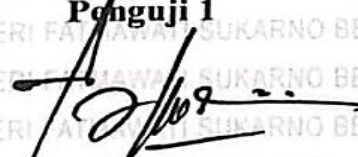
Sekretaris

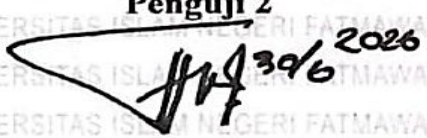

Nilda Susilawati, M.Ag
NIP. 197905202007102003


H. Makmur, LC.MA
NIP. 197610042023211005

Penguji 1

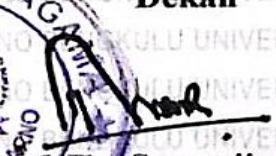
Penguji 2


Nilda Susilawati, M.Ag
NIP. 197905202007102003


Dr. Andi Harpepen, M.Kom
NIP. 198412142023211012

Mengetahui,
Dekan




Prof. Dr. Suwarjin, M.A
NIP. 196904021999031004

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Artikel jurnal dengan judul “Pengaruh *Viralitas* Produk, *Influencer Review*, Dan *Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* (Studi Kasus Pada Generasi Z: Teori Konsumsi Ekonomi Islam Sebagai Mediator)” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Tugas akhir ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Di dalam tugas akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau publikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan berlaku.

Bengkulu,.....2026
Mahasiswa yang menyatakan



anti
NIM. 2223130028

ABSTRAK

PENGARUH VIRALITAS PRODUK, *INFLUENCER REVIEW*, DAN *CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* (Studi Kasus Pada Generasi Z: Teori Konsumsi Ekonomi Islam Sebagai Mediator)

Oleh Dira Kinanti, NIM. 2223130028

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *viralitas* produk, *influencer review*, dan *customer review* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* pada Generasi Z dengan teori konsumsi ekonomi Islam sebagai variabel mediator. Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah merevolusi cara pemasaran produk, terutama dalam industri *skincare* yang mengalami pertumbuhan signifikan. Generasi Z sebagai konsumen *skincare* menunjukkan karakteristik yang sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan akses informasi digital. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal terhadap mahasiswa aktif UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu angkatan 2022-2024 yang menggunakan produk *skincare* tertentu (Glad2Glow, Facetology, The Originote, Wardah, dan Azzarine) selama kurang lebih tiga bulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *viralitas* produk dan *customer review* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare*, dengan teori konsumsi ekonomi Islam berperan sebagai mediator yang memediasi hubungan tersebut. Hal ini berbeda pada *influencer review* yang ditemukan pengaruh negatif secara signifikan terhadap keputusan pembelian serta teori konsumsi ekonomi Islam tidak berperan sebagai mediator yang memediasi hubungan tersebut. Temuan ini menunjukkan hal penting bahwa Generasi Z Muslim tidak hanya karena tren *viral* atau ulasan positif, tetapi juga menerapkan filter nilai-nilai syariah seperti *maṣlahah* (kemaslahatan), menghindari *israf* (pemborosan), dan memastikan produk halal dan *ṭayyib* dalam proses pengambilan keputusan pembelian mereka.

Kata Kunci: Viralitas Produk, Influencer Review, Customer Review, Keputusan Pembelian, Generasi Z, Teor Konsumsi Ekonomi Islam, Skincare



ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT VIRALITY, INFLUENCER REVIEWS, AND CUSTOMER REVIEWS ON SKINCARE PRODUCT PURCHASE DECISIONS (A Case Study of Generation Z: Islamic Economic Consumption Theory as a Mediator)

By Dira Kinanti, Student ID 2223130028

*This study aims to analyze the effect of product virality, influencer reviews, and customer reviews on Generation Z's decision to purchase skincare products, using Islamic economic consumption theory as a mediating variable. The development of digital technology and social media has revolutionized product marketing, especially in the skincare industry, which has experienced significant growth. Generation Z, as skincare consumers, exhibits characteristics that are highly influenced by technological advances and access to digital information. This study uses a quantitative method with a causal associative approach on active students at UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu from the 2022-2024 batch who have used certain skincare products (Glad2Glow, Facetology, The Originote, Wardah, and Azzarine) for approximately three months. The results show that product virality and customer reviews have a significant influence on skincare product purchase decisions, with Islamic economic consumption theory acting as a mediator that moderates this relationship. However, unlike influencer reviews, which have been found to have a significant negative influence on purchase decisions, Islamic economic consumption theory does not act as a mediator that moderates this relationship. These findings provide important insights that Muslim Generation Z is not only influenced by viral trends or positive reviews, but also applies Sharia values such as *maṣlahah* (benefit), avoids *isrāf* (wastefulness), and ensures that products are halal and tayyib in their purchasing decision-making process.*

***Keywords: Product Virality, Influencer Review, Customer Review,
Purchase Decision, Generation Z, Islamic Economic
Consumption Theory, Skincare***



MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

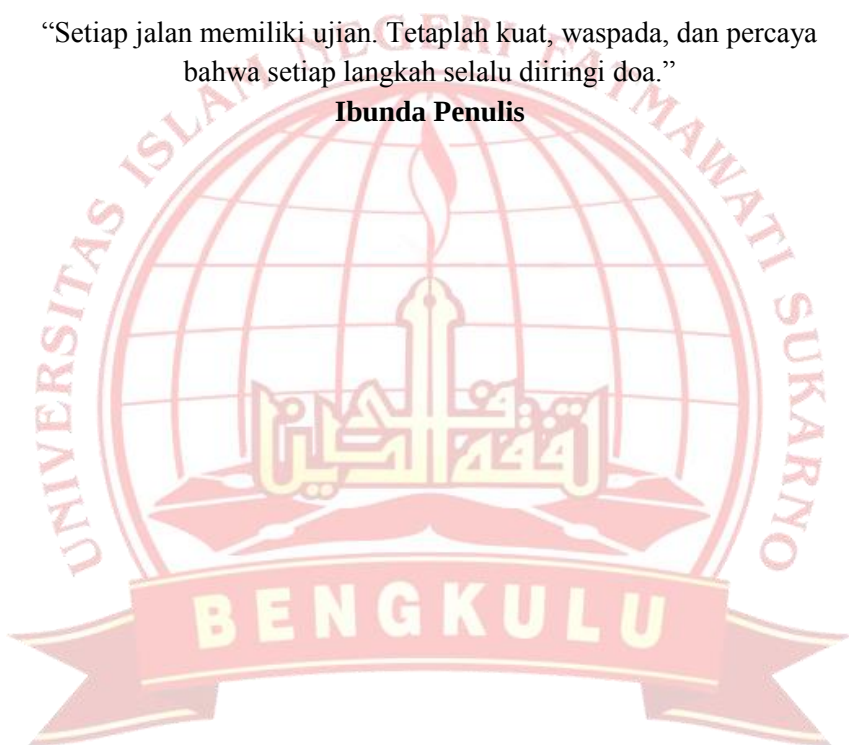
QS. Al-Insyirah: 6

“Sabar, ikhlas, dan syukur adalah kunci dalam setiap langkah. Gagal bukan akhir, tetapi awal untuk bangkit dan kembali mengingat tujuan.”

Ayahanda Penulis

“Setiap jalan memiliki ujian. Tetaplah kuat, waspada, dan percaya bahwa setiap langkah selalu diiringi doa.”

Ibunda Penulis



PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini aku persembahkan untuk:

1. Untuk Bapak Ibrahim Izari , cinta pertamaku. Terima kasih atas segala perjuangan yang kamu lakukan tanpa pernah mengeluh. Engkau mengajarkan arti kerja keras, keteguhan, dan tanggung jawab. Dalam setiap langkahku, aku membawa nilai-nilai yang kamu tanamkan sejak awal. Dukunganmu selalu terasa nyata dalam setiap keberhasilanku. Engkau adalah pilar kekuatan yang menjadi tempatku bersandar saat dunia terasa berat. Semoga setiap usaha dan pengorbananmu dibalas dengan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan yang menyertai langkahmu.
2. Untuk Hesti Martini , pintu surgaku. Karya ini wujud kecil rasa terima kasih atas segala cinta dan doa yang tak pernah terhenti. Engkau selalu menguatkan dalam diam, tak pernah lelah mendoakan setiap langkahku bahkan saat aku hampir menyerah. Kasih sayangmu adalah pelita yang menyelesaikan jalanku dalam gelap. Tidak ada kata yang mampu menggambarkan betapa berharganya dirimu dalam seumur hidup. Semoga setiap tetes keringat dan doa yang engkau panjatkan dibalas dengan kebahagiaan dan keberkahan tak terhingga oleh Allah.swt.
3. Untuk Marvel Harzan Ibrahim , adikku tersayang. Terima kasih atas kehadiranmu yang selalu memberikan warna dalam kehidupanmu. Candaan dan kebersamaan kita menjadi obat yang menenangkan di tengah lelah perjalanan ini. Kehadiranmu mengingatkanku bahwa perjuangan ini bukan hanya untuk diriku sendiri, tetapi juga menjadi contoh dan harapan bagi keluarga. Semoga kita selalu diberi kesempatan untuk terus saling mendukung dan tumbuh bersama menjadi pribadi yang lebih baik.
4. Untuk Keluarga Besar Zainul Arifin dan Hairin Wama , terima kasih atas kasih sayang, dukungan, dan doa yang tak

pernah putus. Kehadiran kalian dalam setiap langkahku memberi kekuatan untuk terus melangkah. Perhatian dan cinta kalian menjadi alasan terbesar aku mampu menyelesaikan perjuangan ini. Semoga kebaikan yang kalian berikan dibalas dengan keberkahan, kebahagiaan, dan kesehatan yang selalu menyertai.

5. Untuk Syafni Putri , terima kasih atas kebersamaan yang penuh makna selama hampir 8 tahun. Setiap tawa, cerita, dan dukungan yang kau berikan menjadi bagian penting yang menguatkan. Kehadiranmu membawa keceriaan di tengah tekanan dan kesibukan yang melelahkan. Bersamamu, setiap langkah terasa lebih ringan dan penuh warna. Semoga persahabatan ini tetap terjaga dan segala impian kita dapat tercapai dengan keberkahan.
6. Untuk Juleha Safitri , terima kasih telah hadir memberikan dukungan, semangat, dan ketulusan. Kehadiranmu menjadi penguat yang membuatku tetap bertahan dalam proses penuh tantangan. Engkau tidak hanya teman berbagi cerita, tetapi juga bagian dari alasan aku mampu melewati masa-masa sulit. Semoga setiap kebaikan yang kau hadirkan kembali dalam bentuk kebahagiaan dan kesuksesan berlipat ganda.
7. Untuk Wacana Grup (Juleha, Jesi, Nadia, Malfi, Tisen, Adrean, Tian), terima kasih atas ruang kebersamaan yang kita bangun. Dalam setiap diskusi, canda, dan perjuangan, kalian menjadi bagian dari perjalanan tak terlupakan. Kalian bukan sekadar teman, tetapi keluarga yang saling mendukung. Kebersamaan ini menjadi kekuatan yang membuat langkah terasa lebih ringan. Semoga kenangan yang kita ukir menjadi cerita indah yang selalu dikenang.
8. Untuk IMAKIP UINFAS Bengkulu , terima kasih telah menjadi wadah yang memberikan pelajaran berharga. Di sini aku belajar tanggung jawab, kebersamaan, dan kepemimpinan. Setiap pengalaman menjadi bekal penting

membentuk diriku menjadi pribadi lebih baik. Organisasi ini tempat menemukan jati diri dan memperluas pandangan tentang kehidupan. Semoga nilai-nilai yang diajarkan terus melekat dan menjadi pedoman.

9. Untuk Ekonomi Syariah Kelas A, terima kasih atas kebersamaan yang penuh cerita selama perjalanan akademik. Kebersamaan yang telah dilalui ini mengajarkan solidaritas, kerja sama, dan saling mendukung. Setiap tawa, diskusi, dan perjuangan menjadi kenangan yang tak terlupakan. Semoga persahabatan ini tetap terjaga meskipun waktu berpisah.
10. Untuk Ekonomi Syariah Angkatan 2022 , terima kasih menjadi bagian dari perjalanan hidup penuh warna. Bersama kalian, aku belajar perjuangan, kebersamaan, dan mimpi yang diperjuangkan bersama. Semoga kita semua meraih kesuksesan di jalan masing-masing dan tetap mengingat perjuangan bersama ini.
11. Untuk UINFAS Bengkulu, tempat penulis menimba ilmu, membentuk karakter, dan menemukan jati diri. Almamater ini akan selalu menjadi bagian dari perjalanan hidup yang tak terlupakan.
12. Yang terakhir dengan penuh rasa syukur yang mendalam, karya ini kupersembahkan kepada diriku sendiri yang telah berjuang melewati berbagai fase kehidupan yang tidak mudah. Terima kasih karena telah bertahan dalam lelah, bangkit dari kegagalan, dan tetap melangkah meskipun sering diliputi keraguan. Perjalanan ini bukanlah hal yang singkat, melainkan rangkaian panjang dari usaha, doa, dan pengorbanan. Aku belajar bahwa kekuatan sejati tumbuh dari kesabaran dan keyakinan. Untuk setiap air mata yang pernah jatuh dan setiap harapan yang sempat redup, hari ini menjadi bukti bahwa aku mampu melewatinya dengan penuh keteguhan dan keikhlasan hati.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh *Viralitas* Produk, *Influencer review*, Dan *Customer review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* (Studi Kasus Pada Generasi Z: Teori Konsumsi Ekonomi Islam Sebagai Mediator)”. Sholawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW. yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengungkap apakah ada atau tidak pengaruh *Viralitas* produk, *influencer review* dan *customer review* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* pada Generasi Z serta mengetahui peran teori konsumsi ekonomi Islam sebagai variabel mediator dalam pengaruh *Viralitas* produk, *influencer review* dan *customer review* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* pada Generasi Z dan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. K. H. Khairuddin, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu
2. Prof. Dr. H. Suwarjin, M.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

3. Dr. Herlina Yustaty, MA.Ek, selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu
4. Dr. Nonie Afriyanti, ME, selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu
5. Dr. Desi Asnaini, MA. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu
6. Eeng Juli Efrianto, M.E , Selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu
7. H. Romi Adetio Setiawan, MA, Ph.D, Selaku Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran.
8. H. Makmur, L.C,M.A, Selaku Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran.
9. Kedua orang tua Penulis yang selalu mendoakan kesuksesan penulis.
10. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan

11. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.

12. Semua pihak yang membantu dalam perkuliahan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis ke depan.

Bengkulu, Mei 2026

Penulis



Dira Kinanti

NIM 2223130028



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	viii
MOTTO	x
PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	11
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	13
E. Kegunaan Penelitian.....	13
F. Penelitian Terdahulu	15
G. Sistematika Penulisan.....	20
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR	22
A. Kajian Teori	22
1. <i>Viralitas Produk</i>	22
2. <i>Influencer Review</i>	25
3. <i>Customer Review</i>	29

4. Keputusan Pembelian	32
5. Perilaku Konsumsi Generasi Z	36
6. Teori Konsumsi Ekonomi Islam.....	40
B. Kerangka Berpikir Penelitian	46
C. Hipotesis Penelitian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	49
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	50
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	50
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	53
E. Variabel dan Definisi Operasional	55
F. Teknik Analisis Data.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
A. Hasil Penelitian	66
1. Deskripsi Responden.....	66
2. Uji Validitas dan Reabilitas.....	70
3. Uji Asumsi Klasik	73
4. Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	77
5. Uji Sobel Test.....	84
B. Pembahasan.....	89
BAB V KESIMPULAN.....	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA.....	100
L A M P I R A N.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Nama Brand Produk Viral di Indonesia.....	4
Tabel 3.1 : Karakteristik responden	50
Tabel 3.2 : Skala Likert.....	52
Tabel 4.1 : Karakteristik Berdasarkan Angkatan.....	65
Tabel 4.2 : Karakteristik Berdasarkan Produk	66
Tabel 4.3 : Karakteristik Berdasarkan Lama Penggunaan	67
Tabel 4.4 : Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel 4.5 : Hasil Uji Reabilitas	70
Tabel 4.6 : Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4.7 : Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4.8 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Tabel 4.9 : Hasil Uji Jalur Persamaan Model 1.....	76
Tabel 4.10 : Hasil Uji Koefisien determinasi (R^2) Model 1.....	78
Tabel 4.11 : Hasil Uji Jalur Persamaan Model 2.....	80
Tabel 4.12 : Hasil Uji Koefisien determinasi (R^2) Model 2.....	82
Tabel 4.13 : Hasil Uji Sobel <i>Viralitas</i> Produk (X1).....	83
Tabel 4.14 : Hasil Uji Sobel <i>Influencer review</i> (X2)	84
Tabel 4.15 : Hasil Uji Sobel <i>Customer review</i> (X3).....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Berpikir	45
Gambar 4.1 : Kerangka Jalur Persamaan Model 1.....	75
Gambar 4.2 : Kerangka Jalur Persamaan Model 2.....	79



DAFTAR LAMPIRAN

From Pengajuan Judul
Surat Penunjukan Pembimbing
Surat Permohonan Izin Penelitian
Kartu Bimbingan Pembimbing 1
Kartu Bimbingan Pembimbing 2
Lembar Nilai
LOA
Komprehensif
Surat Keterangan Lengkap SKPI
Tabulasi Data
Hasil Olah Data
Dokumentasi Penelitian
Hasil Cek Turnitin / Plagiasi.
Biodata Peneliti.

