

**PENGARUH KREDIBILITAS *STREAMER* DAN *CONTENT*  
MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK DAVIENA  
SKINCARE MELALUI PLARFORM TIKTOK DI KOTA  
PALEMBANG**

**S K R I P S I**



**OLEH:**

**WANDA WANDIRA**

**22220007**

**MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI  
PRODI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS IBA PALEMBANG  
2026**

**S K R I P S I**  
**PENGARUH KREDIBILITAS *STREAMER* DAN *CONTENT***  
***MARKETING* TERHADAP MINAT BELI PRODUK DAVIENA**  
**SKINCARE MELALUI PLARFORM TIKTOK DI KOTA**  
**PALEMBANG**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**WANDA WANDIRA**

**22220007**

**MANAJEMEN**

Telah Dipertahankan di Depan TimPenguji

Pada Tanggal Juli 2026

Dan Dinyatakan Memenuhi Syarat

**TIM PENGUJI**

**Ketua : Esty Naruliza, S.E., MP**

**Anggota : Sri Ermeila, S.E., M.Si**

**Anggota : Ria Astri Yani, S.E., M.Si**

.....  
.....  
.....

**Mengetahui,**  
**Dekan Fakultas Ekonomi**

  
**Esty Naruliza, SE., MP**



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS IBA  
PALEMBANG**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

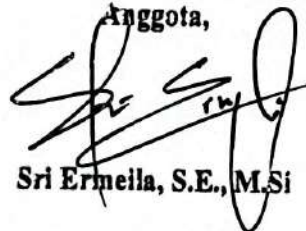
Nama : WANDA WANDIRA  
NPM : 22220007  
Mata Kuliah Pokok : MANAJEMEN PEMASARAN  
Judul Penelitian : PENGARUH KREDIBILITAS STREAMER DAN  
CONTENT MARKETING TERHADAP MINAT BELI  
PRODUK DAVIENA SKINCARE MELALUI  
PLATFORM TIKTOK DI KOTA PALEMBANG  
Tanggal Persetujuan : 2026

**PEMBIMBING SKRIPSI**

**Ketua,**

  
Esty Naryuliza, SE., M.P

**Anggota,**

  
Sri Ernella, S.E., M.Si

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomi**

  
FAKULTAS EKONOMI  
Esty Naryuliza, SE., MP

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wanda Wandira  
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 01 Januari 2004  
Program Studi : Manajemen  
NPM : 22220007

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Semua data informasi, interpretasi, dan pernyataan yang terdapat dalam pembahasan dan kesimpulan karya ilmiah ini, kecuali yang mencantumkan sumber, adalah hasil pengamatan, penelitian analisis, serta pemikiran saya dengan bimbingan dari pembimbing yang ditunjuk.
2. Karya ilmiah merupakan hasil tulisan asli saya yang belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas IBA maupun di institusi pendidikan tinggi lainnya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kejujuran dan kesesungguhan hati. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya siap menerima sanksi akademis, termasuk pencabutan gelar yang diperoleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan



Wanda Wandira  
NPM 22220007

**ABSTRAK**  
**PENGARUH KREDIBILITAS STREAMER DAN CONTENT**  
**MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK DAVIENA**  
**SKINCARE MELALUI PLATFORM TIKTOK DI KOTA PALEMBANG**

**Oleh :**

**WANDA WANDIRA**

Penulisan Skripsi Ini Di Bawah Bimbingan

**Esty Naruliza, S.E., M.P**

Sebagai Ketua

**Sri Ermeila, S.E., M. Si**

Sebagai Anggota

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana kredibilitas dan content marketing memengaruhi minat beli konsumen terhadap produk Daviena Skincare melalui TikTok di wilayah Kota Palembang. Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Sampel berjumlah 272 responden yang merupakan pengguna TikTok dan konsumen Daviena Skincare di Kota Palembang. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, kemudian diolah dengan analisis regresi linier berganda menggunakan software SPSS versi 27. Hasil analisis membuktikan bahwa kredibilitas dan content marketing secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Hal tersebut terlihat dari nilai F hitung 271,409 yang jauh melebihi F tabel sebesar 2,51. Berdasarkan nilai koefisien determinasi, kedua variabel independen mampu menjelaskan 66,9% perubahan pada minat beli produk Daviena Skincare, sementara 33,1% lainnya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

**Kata Kunci: Kredibilitas, Content Marketing, Minat Beli, TikTok, Daviena Skincare**

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF STREAMER CREDIBILITY AND CONTENT  
MARKETING ON PURCHASE INTENTION OF DAVIENA SKINCARE  
PRODUCTS THROUGH THE TIKTOK PLATFORM IN PALEMBANG  
CITY**

**By :**

**WANDA WANDIRA**

Writing this thesis under guidance

**Esty Naruliza, S.E., MP**

As Chairman

**Sri Ermeila, S.E., M.Si**

As a Member

The purpose of this study is to examine how credibility and content marketing influence consumer purchase intention toward Daviena Skincare products through TikTok in Palembang City. This research employed a quantitative approach. The sample consisted of 272 respondents who are TikTok users and Daviena Skincare consumers in Palembang City,. Data were collected through questionnaires and processed using multiple linear regression analysis with SPSS version 27 software. The analysis results prove that credibility and content marketing simultaneously have a significant influence on purchase intention. This is evidenced by the calculated F value of 271.409, which far exceeds the F table value of 2.51. Based on the coefficient of determination, the two independent variables are able to explain 66.9% of the variation in purchase intention for Daviena Skincare products, while the remaining 33.1% is explained by other factors outside this research model.

**Keywords: Credibility, Content Marketing, Purchase Intention, TikTok, Daviena**