

**PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF SUHAY SALIM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE* SAFI (STUDI PADA MAHASISWI
EKONOMI ISLAM ANGKATAN 2017 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG)**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)
Pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

DISUSUN OLEH :

VIRDA GHESELA REXADY

NIM 1515100007

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG**

2019

NOTA PEMBIMBING

Hal: Persetujuan Munaqosyah

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Raden Fatah

Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

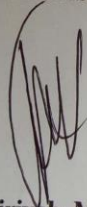
Dengan Hormat,

Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh maka kami berpendapat bahwa skripsi **VIRDA GHESELA REXADY NIM : 1515100007** yang berjudul **"PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF SUHAY SALIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SAFI (STUDI PADA MAHASISWI EKONOMI ISLAM ANGKATAN 2017 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN RADEN FATAH PALEMBANG"** sudah dapat diajukan dalam Sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Demikian hal ini disampaikan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

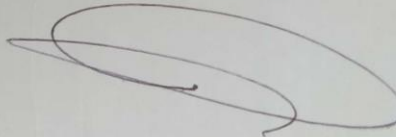
Pembimbing I



Dra. Choiriyah, M. Hum

NIP 196202131991032001

Pembimbing II



Candra Darmawan, M. Hum

NIP 197306071998031004

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Virda Ghesela Rexady
NIM : 1515100007
Fakultas / Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : "Pengaruh Komunikasi Persuasif Suhay Salim Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Safi (Studi Pada Mahasiswi Ekonomi Islam Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang"

Telah di munaqosyahkan dalam sidang terbuka Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Hari / Tanggal : Jum'at/ 24 Mei 2019
Tempat : Ruang Sidang Munaqosyah Lt.3 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana program strata 1 (S1) pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Palembang, Juni 2019



Dr. Kusnadi, M.A
NIP. 197108192000031002

TIM PENGUJI

KETUA

Mahalullaili, M. Ed
NIP. 197204152003122003

SEKRETARIS

Muzaiyanah, M. Pd
NIP. 197604162007012012

PENGUJI I

Dr. Eni Murdiati, M. Hum
NIP. 196802261994032006

PENGUJI II

Hartika Utami Fitri, M. Pd
NIDN. 2014039401

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : **Virda Ghesela Rexady**
Tempat & Tanggal Lahir : **1515100007**
Fakultas : **Dakwah dan Komunikasi**
Jurusan : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**
Judul Skripsi : **“PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF SUHAY
SALIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE SAFI (STUDI PADA MAHASISWI
EKONOMI ISLAM ANGKATAN 2017 FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN RADEN
FATAH PALEMBANG)”**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan, dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebut sumbernya adalah hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran penulis dengan pengarahan pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang ditulis ditulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang maupun Perguruan Tinggi lainnya.

Palembang, Juni 2019

Yang membuat pernyataan



Virda Ghesela Rexady

1515100007

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Yakinlah kau bisa dan kau sudah separuh jalan menuju ke sana.”

(Theodore Roosevelt)

Sujud syukur ku persembahkan kepada Allah SWT yang maha kuasa, dan putaran roda kehidupan yang diberikan-Nya hingga saat ini saya diberikan kesehatan sehingga dapat mempersembahkan skripsi ku pada orang-orang tersayang:

- ❖ Kedua orang tuaku Ayahanda Ghozali Hamidi S.T dan Ibunda Rahmaniah S.Pd.I tercinta yang tak pernah lelah membesarkan ku, merawat, mendidik, dan mencurahkan segala kasih sayang serta memberikan dukungan baik moril maupun materil, perjuangan, motivasi, dan pengorbanan dalam hidup ini. Semoga Allah SWT mengampuni segala dosa dan melimpahkan rahmat, karunia dan ridho-Nya kepada beliau berdua.
- ❖ Saudara kandungku tersayang, Vania Ghea Rahita dan Varel Gracia Relista yang senantiasa memberikan doa, motivasi, semangat dan mengisi hariku dengan canda tawa dan kasih sayang.
- ❖ Sahabatku Fandi Yuniarto, Khairunnisa, Putri Wahyuni Megawati, Dedeh Kurniasih yang selalu siap siaga meluangkan waktu dan memberikan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir guna memperoleh gelar sarjana.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah memberikan rahmat, taufiq, serta nikmat-Nya, yang selalu mendengarkan do'a hamba-Nya, yang senantiasa memberikan petunjuk dalam setiap masalah dan selalu memberikan kemudahan dalam setiap kesulitan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Shalawat dan salam senantiasa selalu diberikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa Islam sebagai pelita dalam kegelapan Jahiliyah sehingga umatnya bisa menikmati manisnya Islam dan Iman hingga saat ini.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari masih banyak kekurangan, namun berkat rahmat Allah SWT, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Meskipun demikian, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Kusnadi, M.A. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberi peningkatan di akademik di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
2. Ibu Fifi Hasmawawati, S.E, M.Si selaku Kepala Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.
3. Ibu Dra. Choiriyah, M.Hum selaku Pembimbing 1 dan Bapak Candra Darmawan M.Hum selaku pembimbing 2 yang telah membimbing, memberikan waktu untuk memberikan bimbingan, masukan, nasehat, serta saran selama proses penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas jasa Ibu dan Bapak.
4. Ayahanda Ghozali Hamidi S.T dan Ibunda Rahmaniah S.Pd.I serta saudara kandung saya Vania Ghea Rahita dan Varel Gracia Relista yang selalu memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara materi maupun doa.

5. Sahabat seperjuangan, Ivy Nathania Afifa, Nurjannah Kamelia, Dita Rizky Anggia, Mertisa, Putrila Mawwadah, terima kasih telah memberi semangat dan bersedia menjadi tempat berbagi suka dan duka.
6. Teman-teman di kelas KPI-A 2015 yang selama empat tahun belakang telah membantu membentuk pribadi saya menjadi lebih kritis dan tangguh untuk bersaing.

Sekiranya masih banyak lagi yang membantu penulis dan namanya tidak disebutkan satu persatu dalam kata pengantar ini, penulis hanya bisa mengucapkan terima kasih, semoga Allah SWT memberikan limpahan kebaikan dan pahala.

Palembang, Juni 2019

Virda Ghesela Rexady

1515100007

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Kerangka Teori	11
G. Hipotesis Penelitian.....	18
H. Metodologi Penelitian	19
I. Operasional Variabel.....	23
J. Sistematika Penulisan.....	27
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengaruh	29
B. Komunikasi Persuasif.....	30

C. Video Blog (Vlog).....	38
D. Keputusan Pembelian	43
E. Teori S-O-R	49
BAB III DESKRIPSI WILAYAH DAN GAMBARAN UMUM	
A. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN RF	53
B. Profil Suhay Salim	56
C. Profil Safi.....	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	73
B. Pembahasan	113
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	116
B. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN	122

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Proses Rasional.....	31
Bagan 2.2 Proses Emosional.....	32
Bagan 2.3 Model Lima Tahap Proses Membeli	47
Bagan 2.4 Teori S-O-R.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Suhay Salim	57
Gambar 3.2 Youtube <i>Channel</i> Suhay Salim.....	59
Gambar 3.3 Safi <i>Skincare Review</i>	63
Gambar 3.4 Safi <i>Age Defy Skincare Review</i>	63
Gambar 3.5 Safi <i>Research Institute Visit</i> Malaysia.....	64
Gambar 3.6 Logo Safi	65
Gambar 4.7 Tangkapan Layar Video Suhay Salim	78
Gambar 4.8 Tangkapan Layar Video Suhay Salim.....	78
Gambar 4.9 Tangkapan Layar Video Suhay Salim.....	78
Gambar 4.10 Tangkapan Layar Video Suhay Salim.....	79
Gambar 4.11 Tangkapan Layar Video Suhay Salim.....	79
Gambar 4.12 Tangkapan Layar Video Suhay Salim.....	79
Gambar 4.13 Tangkapan Layar Video Suhay Salim.....	80
Gambar 4.14 Tangkapan Layar Suhay Salim	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Ekonomi Islam	21
Tabel 1.2 Operasional Variabel	23
Tabel 1.3 Skala Likert	25
Tabel 3.4 Jumlah Mahasiswa Ekonomi Islam	57

Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel X	74
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Y	75
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y	76
Tabel 4.8 Penjelasan Video Beauty Vlogger Suhay Salim	78
Tabel 4.9 Persentase Jawaban Responden X1	81
Tabel 4.10 Persentase Jawaban Responden X2	82
Tabel 4.11 Persentase Jawaban Responden X3	83
Tabel 4.12 Persentase Jawaban Responden X4	84
Tabel 4.13 Persentase Jawaban Responden X5	85
Tabel 4.14 Persentase Jawaban Responden X6	86
Tabel 4.15 Persentase Jawaban Responden X7	87
Tabel 4.16 Persentase Jawaban Responden X8	88
Tabel 4.17 Persentase Jawaban Responden X9	89
Tabel 4.18 Persentase Jawaban Responden X10	90
Tabel 4.19 Persentase Jawaban Responden X11	91
Tabel 4.20 Persentase Jawaban Responden X12	92
Tabel 4.21 Persentase Jawaban Responden Y1	93
Tabel 4.22 Persentase Jawaban Responden Y2	94
Tabel 4.23 Persentase Jawaban Responden Y3	95
Tabel 4.24 Persentase Jawaban Responden Y4	96
Tabel 4.25 Persentase Jawaban Responden Y5	97
Tabel 4.26 Persentase Jawaban Responden Y6	98
Tabel 4.27 Persentase Jawaban Responden Y7	99
Tabel 4.28 Persentase Jawaban Responden Y8	100
Tabel 4.29 Persentase Jawaban Responden Y9	101

Tabel 4.30 Persentase Jawaban Responden Y10	102
Tabel 4.31 Persentase Jawaban Responden Y11	103
Tabel 4.32 Persentase Jawaban Responden Y12	104
Tabel 4.33 Jumlah Keseluruhan Pernyataan Variabel X.....	105
Tabel 4.34 Jumlah Keseluruhan Pernyataan Variabel Y	106
Tabel 4.35 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	107
Tabel 4.36 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	109
Tabel 4.37 Korelasi antara Variabel X dan Y.....	110
Tabel 4.38 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	111

ABSTRAK

Youtube merupakan media baru yang memudahkan pengguna untuk mendapatkan sekaligus berbagai informasi secara audio visual. Beragam jenis informasi dapat diakses, termasuk informasi seputar kecantikan. Suhay Salim merupakan salah satu *beauty vlogger* yang telah dianggap sebagai *opinion leader*. Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh komunikasi persuasif Suhay Salim terhadap keputusan pembelian *skincare* Safi pada mahasiswi Ekonomi Islam 2017. Pendekatan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional dan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 32 Mahasiswi dengan teknik *purposive sampling* menggunakan bantuan SPSS 23. Perhitungan variabel X untuk Komunikasi Persuasif Suhay Salim memiliki nilai positif dengan persentase 90,6% dan berada direntang skala tinggi dengan nilai mean sebesar 53,97. Selanjutnya perhitungan variabel Y bernilai positif dengan persentase 93,7% dan berada direntang skala tinggi dengan nilai mean sebesar 55,44, dapat ditafsirkan “Sangat Kuat” karena memiliki nilai R_{square} 0,97. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa Komunikasi Persuasif Suhay Salim memiliki pengaruh 97% terhadap keputusan pembelian *skincare* Safi pada mahasiswi Ekonomi Islam angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, sedangkan sisanya 3% dipengaruhi faktor lain diluar dari penelitian ini.

kata kunci: komunikasi persuasif, Suhay Salim, *skincare* Safi