



BUDI BAKTI
SCHOOL OF MANAGEMENT

Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

repository.stimbudibakti.ac.id

PENGARUH PROMOSI MELALUI APLIKASI TIKTOK TERHADAP *BRAND AWARENESS* PADA PRODUK SKINTIFIC (Studi Kasus Mahasiswa STIM Budi Bakti)

SKRIPSI

Disusun Oleh :

PENI AMALIA

41121047



**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
(STIM) BUDI BAKTI
2025**



BUDI BAKTI
SCHOOL OF MANAGEMENT

Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan mempublikasikan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

repository.stimbudibakti.ac.id

PENGARUH PROMOSI MELALUI APLIKSI TIKTOK TERHADAP *BRAND AWARENESS* PADA PRODUK SKINTIFIC (Studi Kasus Mahasiswa STIM Budi Bakti)

SKRIPSI

*Diajukan Guna Memenuhi Salah satu Syarat Untuk
Mencapai Gelar Sarjana Manajemen Jenjang
Pendidikan Strata 1 (satu)*

Disusun Oleh :

PENI AMALIA

41121047



**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
(STIM) BUDI BAKTI
2025**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi melalui aplikasi TikTok terhadap *brand awareness* pada produk Skintific, dengan studi kasus dilakukan pada Mahasiswa STIM Budi Bakti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 181 orang, dipilih dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana melalui bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi melalui aplikasi TikTok terhadap *brand awareness*. Hal ini dibuktikan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,898, nilai korelasi (R) sebesar 0,779 (kategori kuat), koefisien determinasi (R²) sebesar 0,607, dan hasil uji t ($t_{hitung} = 16,565$, $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$). Persamaan regresi yang terbentuk adalah $\hat{Y} = 3,582 + 0,898X_1$. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan adanya pengaruh signifikan diterima. Promosi melalui aplikasi TikTok mampu menjelaskan 60,7% variasi *brand awareness*. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi promosi melalui aplikasi TikTok merupakan faktor penting dalam membangun kesadaran merek produk Skintific di kalangan mahasiswa.

Kata kunci : *Promosi melalui aplikasi TikTok, Brand awareness, Skintific*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of promotion through the TikTok application on brand awareness on Skintific products, with a case study conducted on STIM Budi Bakti Students. This study uses a quantitative approach with a survey method. The number of respondents used was 181 people, selected by purposive sampling technique. Data was collected using a questionnaire measured on the Likert scale. The data analysis technique used is simple linear regression with the help of the SPSS program. The results of the study show that there is a positive and significant influence between promotions through the TikTok application on brand awareness . This is evidenced by the value of the regression coefficient of 0.898, the correlation value (R) of 0.779 (strong category), the determination coefficient (R²) of 0.607, and the results of the t-test (tcount = 16.565, p-value = 0.000 < 0.05). The regression equation formed is $\hat{Y} = 3.582 + 0.898X_1$. Thus, the research hypothesis that states the existence of a significant influence is accepted. Promotion through the TikTok application was able to explain 60.7% of the variation in brand awareness . These findings show that promotional strategies through the TikTok application are an important factor in building brand awareness of Skintific products among students.

Keywords: *Promotion through TikTok application, Brand awareness , Skintific, Simple Linear Regression.*



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : PENI AMALIA
NIM : 41121047
JENJANG PENDIDIKAN : STRATA SATU (S-1)
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PROMOSI MELALUI APLIKASI TIKTOK
TERHADAP *BRAND AWARENESS* PADA PRODUK SKINTIFIC “(Studi Kasus
Mahasiwa STIM Budi Bakti)”

PEMBIMBING I

Arif Igo, SH, SE, MM.

PEMBIMBING II

Lily Zulaeha, SP, MP.

MENGETAHUI

KETUA PROGRAM STUDI

Rita Mardiana, SE, MM.

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN

(STIM) BUDI BAKTI

2025



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

TANDA PENGESAHAN

Telah diterima dan disetujui oleh Panitia Penguji Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen (STIM) Budi Bakti, guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM).

Bogor,.....Agustus 2025

Panitia Penguji	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua,	Rita Mardiana, S.E., M.M	
2. Sekretaris,	Vivi Ristanti, S.K.M., M.M	
3. Anggota,	Aza El Munadiyan, S.Si., M.M. AMIPR	

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN

(STIM) BUDI BAKTI

2025



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Peni Amalia

NIM : 41121047

Tempat Tgl. Lahir : Cilacap, Jawa Tengah, 06 Januari 2002

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya dengan judul :

PENGARUH PROMOSI MELALUI APLIKASI TIKTOK TERHADAP *BRAND AWARENESS* PADA PRODUK SKINTIFIC “(Studi Kasus Mahasiswa STIM Budi Bakti)”

Merupakan gagasan dan hasil penelitian asli penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program sejenis di STIM Budi Bakti atau di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya. Apabila pernyataan saya terbukti tidak benar atau skripsi saya terbukti plagiat, maka saya bersedia untuk dibatalkan kelulusannya.

Bogor,..... September 2025

Yang membuat pernyataan,



PENI AMALIA

NIM : 41121047



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan baik yang berjudul “Pengaruh Promosi Melalui Aplikasi TikTok Terhadap *Brand awareness* Pada Produk Skintific (Studi Kasus Mahasiswa STIM Budi Bakti)”. Dokumen Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S1), Prodi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti. Dengan penuh rasa syukur, penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan tanpa dukungan, doa, semangat, dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah dengan tulus membantu selama proses penulisan skripsi berlangsung.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak yang terlibat, yaitu :

1. Ibu Rina Fatimah, S.Sos., M.Si., M.M. Selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
2. Ibu Indri Guslina, S.E., M.M. Selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
3. Bapak Aza El Munadiyan, S.Si., M.M. AMIPR Selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
4. Bapak Iqbal, S.E., M.M. Selaku Kepala Lembaga Penjamin Mutu Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
5. Bapak Subhan Munafis, S.Hut., M.M. Selaku Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
6. Ibu Rita Mardiana, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
7. Ibu Vivi Ristanti, S.K.M., M.M. Selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti

Yang pertama perlu saya ucapkan Terima Kasih banyak adalah kepada kedua orang tua saya sendiri yang saya sayangi, yang sangat saya hormati dan saya syukuri keberadaannya didunia ini, yang tidak pernah berhenti mendo'akan saya sebagai anaknya agar selalu diberi kemudahan di setiap



8. urusan dalam menjalani hidup dan yang selalu mendukung hal apapun yang baik dengan positif.
9. Tak lupa pula saya ucapkan Terima Kasih banyak pada diri saya sendiri yang memilih untuk terus melanjutkan perjuangan dan tidak menyerah dari apapun yang terjadi selama proses penyelesaian studi dalam 4 tahun ini. Walaupun tak mudah untuk melewatinya dan walaupun dalam hidup ini rintangan selalu ada untuk setiap proses perjalanan yang dipilih, namun itu justru membuat saya semakin kuat dan mengerti makna hidup, dan akhirnya ternyata saya mampu melewati semuanya, sebab semua terjadi atas izin Allah SWT. (Alhamdulillah)
10. Serta saya ucapkan Terima Kasih banyak kepada teman - teman Saya Wizy Lestari, Chintya Nabilla, Suhendri, Tria Pitriani Sabani, Faras Tri Muzdalifah yang senantiasa memberi dukungan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sepenuhnya sempurna dan masih terdapat kekurangan. Harapannya, karya ini dapat memberikan kontribusi informasi yang berguna serta menambah wawasan bagi masyarakat luas.

Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen (STIM) Budi Bakti.

Bogor,September 2025

Peneliti

Peni Amalia



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Batasan Masalah	10
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Tujuan Penelitian	10
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Hipotesis	11
1.6 Metode Penelitian.....	12
1.6.1 Metode Penelitian	12
1.6.2 Populasi.....	12
1.6.3 Sampel.....	13
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data	14
1.6.5 Teknik Pengolahan Dan Analisis Data.....	15
1.7 Penelitian Terdahulu	21
BAB II LANDASAN TEORI.....	35
2.1 Tinjauan Teoritis Manajemen	35
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	35
2.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen.....	36
2.1.3 Unsur-Unsur Manajemen	37
2.2 Tinjauan Teoritis Manajemen Pemasaran	38
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	38
2.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	39



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

2.2.3 Ruang Lingkup Pemasaran	41
2.2.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>)	44
2.2.5 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	46
2.3 Tinjauan Teoritis Promosi Melalui Aplikasi TikTok	46
2.3.1 Pengertian Promosi Melalui Aplikasi TikTok	46
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi Melalui Aplikasi TikTok	47
2.3.3 Indikator Promosi Melalui Aplikasi TikTok	49
2.4 Tinjauan Teoritis <i>Brand awareness</i>.....	51
2.4.1 Pengertian <i>Brand awareness</i>	51
2.4.2 Indikator <i>Brand awareness</i>	51
2.5 Hubungan Promosi Melalui Aplikasi TikTok (X1) terhadap <i>Brand awareness</i> (Y)	53
2.6 Kerangka Pemikiran.....	53
BAB III OBJEK PENELITIAN	55
3.1 Tinjauan Umum Objek Penelitian	55
3.1.1 Profil PT May Sun Yvan (Skintific)	55
3.1.2 Profil STIM Budi Bakti	56
3.2 Visi dan Misi Objek Penelitian	59
3.2.1 Visi dan Misi PT May Sun Yvan (Skintific).....	59
3.2.2 Visi dan Misi STIM Budi Bakti	60
3.3 Struktur Organisasi	60
3.3.1 Struktur Organisasi PT May Sun Yvan (Skintific)	60
3.3.2 Struktur Organisasi STIM Budi Bakti	62
3.4 Jabaran dan Tugas Wewenang	62
3.4.1 Tugas Wewenang dari struktur organisasi PT May Sun Yvan (Skintific).....	62
3.4.2 Tugas Wewenang dari struktur organisasi STIM Budi Bakti.....	63
3.5 Kegiatan Usaha Objek Penelitian.....	66
3.5.1 PT May Sun Yvan (Skintific)	66



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

3.5.2 STIM Budi Bakti	67
3.6 Pemasok Rekanan PT May Sun Yvan (Skintific).....	68
BAB IV	71
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Hasil Penelitian	71
4.1.1 Data Operasional Variabel.....	72
4.1.2 Deskripsi Data	77
4.1.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif Responden (Identitas Responden)	85
4.1.4 Hasil Uji Kualitas Data (Uji Validitas dan Reabilitas)	86
4.1.5 Hasil Uji Hipotesis.....	89
4.2 Pembahasan	91
4.2.1 Pembahasan.....	91
4.2.2 Temuan Penelitian	93
4.2.3 Keterbatasan Penelitian.....	94
4.2.4 Implikasi Penelitian	96
BAB V.....	98
KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	101



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kategori Interpretasi Koefisien Korelasi	19
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4. 1 Instrumen Penelitian Promosi Melalui Aplikasi TikTok (X1)	72
Tabel 4. 2 Instrumen Penelitian Brand awareness (Y).....	74
Tabel 4. 3 Deskripsi Promosi Melalui Aplikasi TikTok (X1)	78
Tabel 4. 4 Deskripsi Brand awareness (Y).....	82
Tabel 4. 5 Data Karakteristik	86
Tabel 4. 6 Uji Validitas	87
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas	88
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	89
Tabel 4. 9 Model Summary Variabel X1 Terhadap Y	89
Tabel 4. 10 Coefficients ^a Variabel X1 Terhadap Variabel Y	90



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jangkauan Iklan Yang Dilaporkan	3
Gambar 1. 2 Berdasarkan Nilai Penjualan	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	54
Gambar 3. 1 STIM BUDI BAKTI	57
Gambar 3. 2 Logo STIM Budi Bakti	58
Gambar 3. 3 Struktur Organisasi Perusahaan	61
Gambar 3. 4 Struktur Organisasi STIM Budi Bakti	62
Gambar 3. 5 Direktur PT May Sun Yvan (Skintific Indonesia) Dedi Irawan Sinuhaji (kiri), Head of Meiyume Indonesia & VP Manufacturing FeiFei Tan (tengah), dan Product & Marketing Director PT May Sun Yvan Fenty Effendy ..	66



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesoner Penelitian

Lampiran 2. Data Mentah Variabel Promosi Melalui Aplikasi TikTok (X1)

Lampiran 3. Data Mentah Variabel *Brand awareness* (Y)

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (X1)

Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (Y)

Lampiran 6. Hasil Pengujian Hipotesis 1 (Pengaruh Promosi Melalui Aplikasi
TikTok Terhadap *Brand awareness* Pada Produk Skintific)

Surat Izin Penelitian

Surat Selesai Penelitian

Daftar Riwayat Hidup Peneliti