

**“PENGARUH *INFLUENCER* KEANU ANGELO PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP NIAT BELI PRODUK BITTERSWEET BY
NAJLA”**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1) Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun Oleh :

Adam Ibrahim H /170323567

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

JUNI 2021

Skripsi

**“PENGARUH *INFLUENCER* KEANU ANGELO PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP NIAT BELI PRODUK BITTERSWEET BY
NAJLA”**



Disusun Oleh :

Adam Ibrahim H /170323567

Telah dibaca dan di setujui oleh :

Pembimbing

Jarot Priyogutomo C. Drs., MBA.



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 640/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Rabu, 7 Juli 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

1. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB., Ph.D. (Ketua Penguji)
2. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. (Anggota)
3. Agnes Gracia Quita, SE., M.Sc. (Anggota)

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Adam Ibrahim

NPM : 170323567

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini Adam Ibrahim telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Skripsi

**PENGARUH *INFLUENCER* KEANU ANGELO PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP NIAT BELI PRODUK BITTERSWEET BY**

NAJLA

Adam Ibrahim Hidayat

NPM : 170323567

Telah dipertahankan di depan panitia penguji

Pada tanggal 7 juli 2021

**dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai Derajat Sarjana (S1) Program Studi Manajemen**

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji

**Mahestu N Krisjanti., SE., M.Sc.IB,
Ph.D**

Drs.C. Jarot Priyogutomo,MBA

Agnes Gracia Quita SE., M.Sc

Yogyakarta, 7 juli 2021

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Drs.Budi Suprpto,MBA.,Ph.D

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH *INFLUENCER* KEANU ANGELO PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP NIAT BELI PRODUK BITTER SWEET BY
NAJLA**

Benar benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain yang dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain yang dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta 13 juni 2021

Yang menyatakan



Adam Ibrahim Hidayat

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah S.W.T atas berkat dan rahmatNya sehingga skripsi dengan berjudul **“PENGARUH *INFLUENCER* KEANU ANGELO PADA MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP NIAT BELI PRODUK BITTERSWEET BY NAJLA”** ini dapat diselesaikan dengan lancar.

Dengan ini, saya ucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Papa Muhammad Hidayat dan Mama Dewi Sulistyowati atas dorongan semangat, kasih sayang, dan doa yang tidak pernah berhenti dipanjatkan untuk kelancaran skripsi saya. Adik saya Sarah Hidayat yang selalu memberikan semangat saat penyusunan skripsi saya.
2. Bapak Jarot Priyogutomo C. Drs., MBA selaku pembimbing skripsi yang selalu memberikan motivasi serta membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan kesabaran dan selalu memberikan saran dan masukan yang membangun.
3. Rektor beserta segenap Dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membimbing dan memberikan masukan dan ilmu bagi penulis selama masa menyelesaikan studi.
4. Teman-teman saya tidak berhenti memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini Difan, Olive, There, Habib, Indira, Salsa, Risa, Kadek, Inge, Wira, Mella, Gita, Vira, Via, Geng Linggah dan masih banyak lagi yang selalu mendorong saya untuk terus bergerak maju dalam penyusunan skripsi ini.

5. Teman teman satu kelas bimbingan yang selalu membantu dan bergerak maju bersama dalam proses penyusunan skripsi ini agar kami semua bisa mencapai target untuk lulus bersama.
6. Responden yang bersedia membantu dalam mengisi kuesioner penelitian ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendukung penulis dalam proses penyelesaian skripsi.

Semoga Tuhan membalas seluruh kebaikan pihak pihak yang membantu penulisan dalam menyelesaikan skripsi. Penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan keterbatasan skripsi ini dan besar harapan penulis apabila skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pihak yang membutuhkan

Yogyakarta, 13 Juni 2021

Yang menyatakan,



Adam Ibrahim Hidayat

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
PENGARUH INFLUENCER KEANU ANGELO PADA MEDIA SOSIAL <i>INSTAGRAM</i> TERHADAP NIAT BELI PRODUK BITTER SWEET BY NAJLA	xiv
Adam Ibrahim Hidayat.....	xiv
Abstrak.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Penelitian.....	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN KONSEPTUAL.....	13
2.1 Landasan Teori dan pengertian variabel.....	13
2.1.1. Influencer.....	13
2.1.2. Influencer Marketing.....	14
2.1.3. Pemasaran Media Sosial.....	14
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	15
2.2. Persepsi Kredibilitas.....	16
2.3. Kepercayaan.....	17
2.4. Persepsi Kontrol Perilaku.....	18
2.5. Norma Subjektif.....	18
2.6. Persepsi Keahlian.....	19

2.7.	Persepsi Kesesuaian	20
2.8.	Sikap Terhadap <i>Influencer</i>	20
2.9.	Sikap Merek	21
2.10.	Niat Beli	21
2.11.	Penelitian Terdahulu	22
2.12.	Pengembangan Hipotesis	26
2.12.1.	Pengaruh Persepsi Kredibilitas Terhadap Niat Beli Konsumen.	26
2.12.2.	Pengaruh kepercayaan terhadap niat beli konsumen.....	27
2.12.3.	Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Konsumen.....	27
2.12.4.	Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Konsumen.....	28
2.12.5.	Pengaruh Persepsi Keahlian Terhadap Niat Beli Konsumen.....	28
2.12.6.	Pengaruh Persepsi Kesesuaian Terhadap Niat Beli Konsumen.	28
2.12.7.	Pengaruh Sikap Terhadap <i>Influencer</i> Terhadap Niat Beli Konsumen.....	29
2.12.8.	Pengaruh Sikap Merek Terhadap Niat Beli Konsumen.	29
2.12.9.	Pengaruh Sikap Merek Terhadap Niat Beli Konsumen.	29
2.13.	Kerangka Penelitian	30
BAB III		31
METODOLOGI PENELITIAN		31
3.1.	Objek, Lokasi, dan Subjek Penelitian	31
3.1.1.	Objek Penelitian dan Lokasi	31
3.1.2.	Subjek Penelitian	32
3.2.	Metode Sampling	32
3.2.1.	Populasi	32
3.2.2.	Sampling	32
3.3.	Metode Pengumpulan Data	33
3.4.	Pengukuran Variabel	34
3.5.	Definisi Operasional	34
3.6.	Pengujian Instrumen	38
3.6.1.	Uji Validitas	38
3.6.2.	Uji Reliabilitas	39
3.7.	Metode Analisis Data	39
3.7.1.	Analisis Deskriptif	41
3.7.2.	Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	41

3.7.3.	Model Pengukuran atau <i>Goodness of fit</i> -Menilai <i>Outer Model</i>	41
3.8.	Pengujian Hipotesis	43
BAB IV		44
HASIL DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Analisis deskriptif	44
4.2.	Analisis Deskriptif	46
4.2.1.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kepercayaan	46
4.2.2	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kepercayaan	47
4.2.3.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Kontrol Perilaku	48
4.2.4.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Norma Subjektif	48
4.2.5.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Keahlian	49
4.2.6.	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kesesuaian	49
4.2.7.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Sikap Terhadap <i>Influencer</i>	50
4.2.8.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Sikap Merek	51
4.2.9.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Niat Beli	51
4.3.	Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	52
4.3.1.	Convergent Validity	52
4.3.2.	Average Variance Extracted	54
4.3.3	Discriminant Validity	55
4.3.4.	Construct Reliability	56
4.3.5.	Evaluasi <i>Goodness of fit</i> - Menilai Inner Model	57
4.3.6	Pengujian Hipotesis	58
4.4.	Pembahasan	64
BAB V		66
PENUTUP		66
5.1.	Kesimpulan	66
5.2	Implikasi Manajerial	67
5.3	Keterbatasan penelitian	68
5.4	Saran Penelitian	68
DAFTAR PUSTAKA		69

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	36
Tabel 3. 2 Tabel Klasifikasi Prediksi R – Square	44
Tabel 4. 1 Profil Jenis Kelamin Responden Penelitian	45
Tabel 4. 2 Profil Usia Responden Penelitian.....	45
Tabel 4. 3 Tabel Jumlah Responden yang Mengikuti Instagram Keanu Angelo .	46
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Kredibilitas ..	46
Tabel 4. 5 Deskripsi jawaban Responden Pada Variabel Kepercayaan.....	47
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Kontrol Perilaku	48
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Norma Subjektif.....	49
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Keahlian.....	49
Tabel 4. 9 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Kesesuaian ...	50
Tabel 4. 10 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Sikap Terhadap Influencer	50
Tabel 4. 11 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Sikap Merek.....	51
Tabel 4. 12 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Niat Beli	52
Tabel 4. 13 Convergent Validity(Loading Factor)	52
Tabel 4. 14 Construct Realibility & Validity	54
Tabel 4. 15 Average Variance Extracted	55
Tabel 4. 15 Discriminant Validity (Cross Loading)	56
Tabel 4. 17 Construck Realibility	57
Tabel 4. 18 Nilai R-square	58
Tabel 4. 19 Path Coefficient.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tampilan Akun Instagram @keanuagl	3
Gambar 1. 2 Tampilan Akun Instagram @bittersweet_by_najla	6
Gambar 2. 1 Model Penelitian	31
Gambar 4. 1 Pengukuran Model	53
Gambar 4. 2 Path Coefficient	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUSIONER.....	73
Lampiran 2 KUESIONER DARING.....	79
Lampiran 3 KUESIONER ASLI.....	91
Lampiran 4 DATA RESPONDEN.....	95
Lampiran 5 JURNAL ACUAN.....	102



**PENGARUH INFLUENCER KEANU ANGELO PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP NIAT BELI PRODUK BITTER SWEET BY**

NAJLA

Adam Ibrahim Hidayat

Jarot Priyogutomo C, Drs, MBA.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Tahu

Jalan Babarsari 43 – 44 Tahu

Abstrak

Penelitian ini berjudul pengaruh *influencer* Keanu Angelo pada social media *Instagram* terhadap niat beli produk Bittersweet By Najla. Penelitian ini dibuat untuk menguji seberapa pengaruh *influencer* terhadap niat beli, kredibilitas, kepercayaan, kontrol perilaku, norma subjektif, persepsi keahlian, persepsi kesesuaian, sikap merek, sikap terhadap *influencer* (niat beli), sikap terhadap *influencer* (sikap merek). Objek penelitian ini adalah loyalitas merek Bittersweet By Najla. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan jumlah 213 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* serta pengumpulan data melalui *google forms* menggunakan skala *likert* 5 poin. Analisis ini dihitung dengan aplikasi SmartPLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sikap terhadap *influencer* berpengaruh terhadap niat beli terhadap merek Bittersweet By Najla secara positif. Variabel kredibilitas, kepercayaan, kontrol perilaku, persepsi keahlian, sikap merek, sikap terhadap *influencer* (niat beli), sikap terhadap *influencer* (sikap merek) diterima secara positif sedangkan norma subjektif dan persepsi kesesuaian tidak diterima.

Kata Kunci : kredibilitas, kepercayaan, kontrol perilaku, norma subjektif, persepsi keahlian, persepsi kesesuaian, sikap merek, sikap terhadap *influencer* (niat beli), sikap terhadap *influencer* (sikap merek).