

**PENGARUH DAYA TARIK FISIK DAN SOSIAL, SIKAP HOMOFILI,
TERHADAP INTERAKSI PARASOSIAL DAN NIAT BELI PADA
*INFLUENCER FADIL JAIDI***

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Christopher Swenrijando Pratama

NPM: 17 03 23867

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

2021

SKRIPSI

**PENGARUH DAYA TARIK FISIK DAN SOSIAL, SIKAP HOMOFILI,
TERHADAP INTERAKSI PARASOSIAL DAN NIAT BELI PADA
*INFLUENCER FADIL JAIDI***

Disusun Oleh:

Christopher Swenrijando Pratama

NPM: 17 03 23867

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Nadia Nila Sari, SE., MBA

Tanggal 15 July 2021



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 858/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Senin, 9 Agustus 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

1. Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. (Ketua Penguji)
2. Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. (Anggota)
3. Nadia Nila Sari, SE., MBA. (Anggota)

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

Nama : Christopher Swenrijando Pratama

NPM : 170323867

Dinyatakan

Lulus Tanpa Revisi

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.
FASULTAS DAN EKONOMIKA

PERNYATAAN

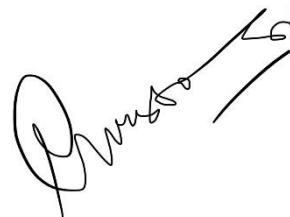
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH DAYA TARIK FISIK DAN SOSIAL, SIKAP HOMOFILI,
TERHADAP INTERAKSI PARASOSIAL DAN NIAT BELI PADA
*INFLUENCER FADIL JAIDI***

adalah benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam bentuk catatan perut atau daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Juli 2021

Yang Menyatakan,



Christopher Swenrijando Pratama

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan karunia-Nya yang dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **PENGARUH DAYA TARIK FISIK DAN SOSIAL, SIKAP HOMOFILI, TERHADAP INTERAKSI PARASOSIAL DAN NIAT BELI PADA *INFLUENCER* FADIL JAIDI** ”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penulisan ini, Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberikan hikmat dalam setiap perjalanan kehidupan penulis dan senantiasa memimpin kehidupan penulis melalui Roh-Nya yang kudus
2. Ibu Nadia Nila Sari SE., MBA, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan secara sabar, teliti dan rutin sehingga skripsi dapat diselesaikan dengan baik.
3. Seluruh dosen dan staff Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY yang telah mengajar dan memberikan pelayanan kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
4. Keluarga tercinta (Papa, Mama, Adik) yang telah memberikan dukungan, doa dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

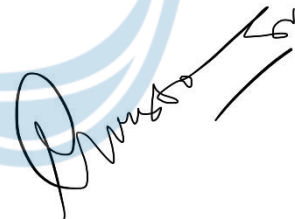
5. Teman-teman QP (Abel, Ardhy CK, Raka, Samuel, Yoel, Dicky, Yosafat) yang setia memberikan waktu, candaan, semangat dan nyawanya dengan tetap berkumpul di tengah pandemi COVID-19 yang menyerang. Terimakasih banyak
6. Teman-teman Sobat Paok (Bagus, Christoforus, Agathon, Daniel, Edrick, John, Josua, Kepong, Pepi, Ricky Dicky) yang setia memberikan waktunya untuk mendengarkan keluh kesah dan memberikan semangat dan bercanda kepada penulis. Terimakasih banyak
7. Terima kasih kepada Yosua yang telah memberikan waktu dan kemampuannya agar penulis tetap semangat dan ampuh dalam menjali beratnya masalah.
8. Seluruh teman-teman divisi PR HMPSM FBE UAJY dari angkatan 2015-2019 yang sudah membantu penulis dalam berproses, berkembang dan berdinamika selama berorganisasi. Terimakasih banyak
9. Teman-teman KKN Online (Abel, Atta, Evelyn, Irfan, Kenwi, Santi, Mutiara, Rosa, Skivo) yang meluangkan waktu untuk tetap bertemu dan saling berbincang dan memberikan semangat kepada penulis. Terimakasih banyak.
10. Teman-teman *Close Friends* Instagram penulis yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, Terimakasih banyak
11. Teman – teman seperjuangan angkatan 2017 Fakultas Bisnis dan Ekonomika, yang telah meluangkan waktu untuk bersenda gurau dan membantu peneliti selama awal perkuliahan hingga akhir. Terimakasih banyak

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, doa, motivasi dan semangat baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan diterima penulis dengan senang hati. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih atas segala dukungan dan perhatian kepada semua pihak yang telah ikut serta dalam penyelesaian skripsi ini dan berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 15 Juli 2021

Penulis,



Christopher Swenrijando Pratama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
HALAMAN INTISARI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	xiv
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Penelitian	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1. Endorsement	12
2.1.1. Manfaat utama dari <i>endorsement</i>	14
2.2. Daya tarik fisik	14
2.3. Daya Tarik Sosial	16
2.4. Sikap Homofili	17
2.5. Interaksi Parasosial	18
2.6. Niat beli	20
2.6.1. Lima Tahap Keputusan Pembelian	21
2.7. Penelitian Terdahulu	27
2.8. Pengembangan Hipotesis	34
2.8.1. Pengaruh daya tarik fisik influencer terhadap interaksi para sosial	34
2.8.2. Pengaruh sikap homofili terhadap interaksi para sosial	34
2.8.3. Pengaruh daya tarik sosial <i>influencer</i> terhadap interaksi para sosial	35
2.8.4. Pengaruh interaksi parasosial terhadap niat beli	36
2.9. Kerangka Penelitian	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1. Jenis Penelitian	38
3.1.1. Lokasi Penelitian, waktu, subjek dan subjek penelitian.....	38
3.2. Populasi dan Sample	39
3.2.1. Populasi	39
3.2.2. Sampel.....	39
3.3. Metode Pengumpulan Data	41
3.4. Metode Pengukuran Data	41
3.5. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	42
3.6. Metode Analisis Data	45
3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif	45
3.6.2. Structural Equation Model	45
3.7. Metode Pengujian Instrumen.....	47
3.7.1. Analisis Model Pengukuran Struktural (Outer Model).....	47
3.7.2. Uji Validitas	48
3.8. Uji Reliabilitas.....	51
3.9. Kriteria Godness of Fit	53
3.10. Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	53
3.11. R-Square	53
3.12. Test Prediction of Relevance (Q Square)	54
3.13. Estimate for Path Coefficients	55
3.14. Model Analisis Persamaan Struktural.....	56
3.15. Uji Hipotesis	56
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1. Statistik Deskriptif Responden.....	58
4.1.1. Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.1.2. Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	59
4.1.3. Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.2. Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	61
4.3. Statistik Deskriptif Per Variabel.....	62
4.3.1. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Daya Tarik Fisik	63
4.4. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Sikap Homofili.....	64
4.5. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Daya Tarik Sosial.....	65
4.6. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Interaksi Parasosial	66

4.7.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Niat Beli	67
4.8.	Analisi Data	68
4.8.1.	Evaluasi Outer Model	69
4.8.1.1.	Convergent Validity	69
4.8.2.	<i>Discriminant Validity</i>	72
4.8.3.	<i>Composite Reliability</i>	73
4.8.4.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	74
4.8.5.	Cronbach's Alpha.....	75
4.9.	Analisis Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	76
4.10.	R Square dan Goodness of Fit (GoF).....	77
4.10.1.	Test Prediction of Relevance (Q Square).....	78
4.11.	Estimate for Path Coefficients	79
4.12.	Uji Hipotesis	80
4.13.	Kesimpulan Hasil Hipotesis	83
4.13.1.	Pengaruh Daya Tarik Fisik terhadap Interaksi Parasosial.....	83
4.13.2.	Pengaruh Sikap Homofili terhadap interaksi Parasosial	84
4.13.3.	Pengaruh Daya Tarik Sosial terhadap Interaksi Parasosial	85
4.13.4.	Pengaruh Interaksi Parasosial terhadap Niat Beli	86
BAB V	KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	88
5.1.	Kesimpulan.....	88
5.2.	Implikasi Manajerial.....	90
5.3.	Keterbatasan dan Saran Penelitian	91
DAFTAR PUSTAKA	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Pengguna Instagram.....	3
Gambar 1.2	Data Pengguna Instagram Berdasarkan Usia.....	4
Gambar 1.3	Fadil Jaidi.....	5
Gambar 1.4	Youtube Fadil Jaidi.....	6
Gambar 1.5	Instagram Fadil Jaidi.....	7
Gambar 2.1	Kerangka Penelitian.....	41
Gambar 3.1	Contoh Model Konstruksi Reflektif dan Formatif.....	52
Gambar 3.2	Model Pengujian PLS-SEM.....	62
Gambar 4.1	<i>Path coefficient Outer Models</i>	78
Gambar 4.2	<i>Path coefficient Inner Models</i>	88

DAFTAR TABEL

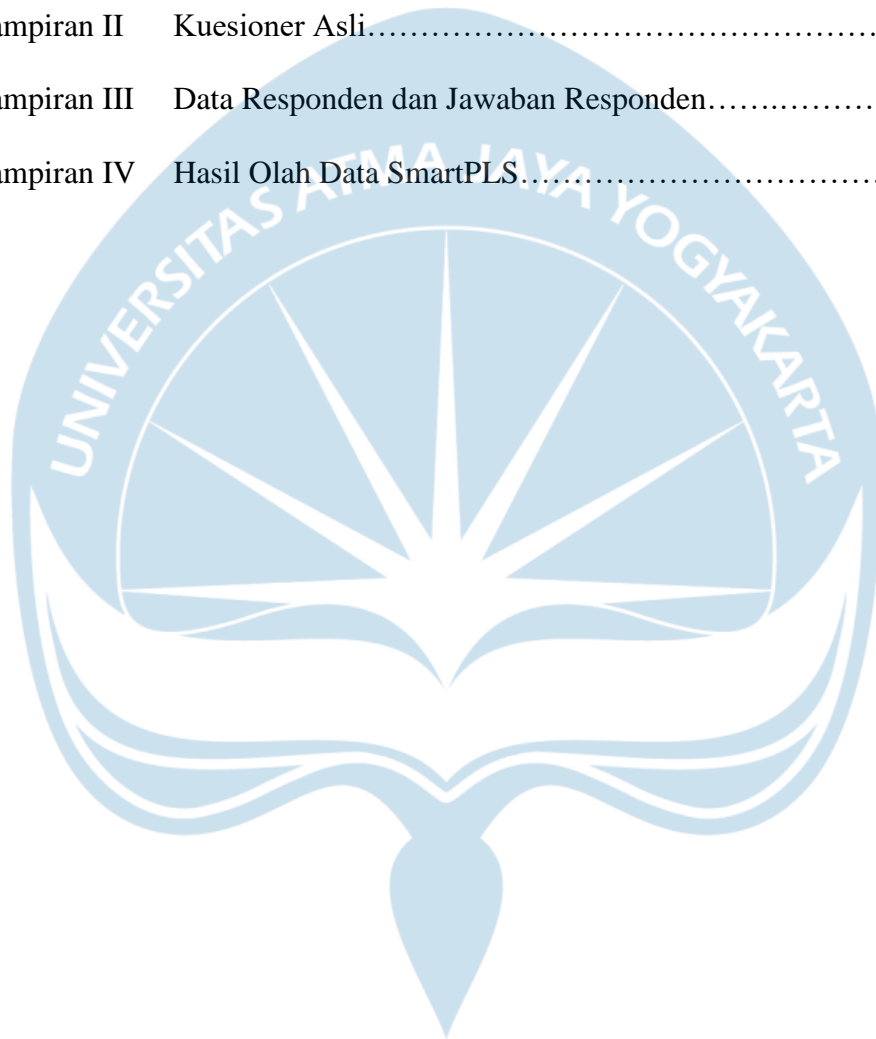
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	46
Tabel 3.2	<i>Rule of Thumb</i>	56
Tabel 3.3	Tabel Klasifikasi Prediksi <i>R-Square</i>	59
Tabel 3.4	Tabel <i>Rule of Thumb Q-Square</i>	60
Tabel 4.1	Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.2	Kelompok Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4.3	Kelompok Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
Tabel 4.4	Kelompok Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	68
Tabel 4.5	Deskriptif Variabel Daya Tarik Fisik.....	69
Tabel 4.6	Deskriptif Variabel Daya Sikap Homofili.....	70
Tabel 4.7	Deskriptif Variabel Daya Daya Tarik Sosial.....	71
Tabel 4.8	Deskriptif Variabel Interaksi Parasosial.....	72
Tabel 4.9	Deskriptif Variabel Niat Beli.....	74
Tabel 4.10	<i>Outer Loading</i> (Tahap 1).....	75
Tabel 4.11	<i>Outer Loading</i> (Tahap 2).....	77
Tabel 4.12	<i>Cross Loading Factor</i>	79
Tabel 4.13	<i>Composite Reliability</i>	81
Tabel 4.14	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	82
Tabel 4.15	<i>Cronbach's Alpha</i>	84
Tabel 4.16	Nilai <i>R-Square</i>	85

Tabel 4.17	Nilai <i>Prediction of Relevance (Q-Square)</i>	87
Tabel 4.18	<i>Path Coefficient Inner Models</i>	89
Tabel 4.19	Hasil Uji Hipotesis.....	91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner Penelitian.....	107
Lampiran II	Kuesioner Asli.....	110
Lampiran III	Data Responden dan Jawaban Responden.....	112
Lampiran IV	Hasil Olah Data SmartPLS.....	127



HALAMAN INTISARI

PENGARUH DAYA TARIK FISIK DAN SOSIAL, SIKAP HOMOFILI, TERHADAP INTERAKSI PARASOSIAL DAN NIAT BELI PADA INFLUENCER FADIL JAIDI

Disusun oleh:

Christopher Swenrijando Pratama

NPM: 17 03 23867

Pembimbing:

Nadia Nila Sari, SE., MBA

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi mengenai pengaruh daya tarik fisik sikap homofili, daya tarik sosial terhadap interaksi parasosial dan niat beli. Objek penelitian merupakan seorang influencer sekaligus Youtuber asal Indonesia Fadil Jaidi. Responden dari penelitian ini sebanyak 181 responden dengan total 170 responden yang telah memenuhi kriteria. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling (nonprobability sampling)*, dan pengumpulan data melalui kuesioner yang dilakukan secara online. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling (SEM)* berbasis *Partial Least Square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik fisik berpengaruh positif terhadap interaksi parasosial, sikap homofili berpengaruh positif terhadap interaksi parasosial, daya tarik fisik berpengaruh positif terhadap interaksi parasosial dan interaksi parasosial berpengaruh positif terhadap niat beli. Artinya semakin sering seorang *influencer* melakukan interaksi dengan pengikutnya dan pengikutnya juga merasakan hal yang sama akan membawa pengaruh positif terhadap barang/jasa yang diiklankan/*endorse* oleh *influencer* tersebut.

Kata kunci: daya tarik fisik, sikap homofili, daya tarik sosial, interaksi parasosial, niat beli, *endorse*, *influencer*.