

**PENGARUH *FOOD VLOGGER* DI YOUTUBE SEBAGAI ALTERNATIF  
UNTUK MEMBANTU KONSUMEN MELAKUKAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat Mencapai Derajat Sarjana (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**



**Disusun oleh :**

**Henrich Hendrata Harijanto**

**NPM : 170323312**

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

**2021**

Skripsi

**PENGARUH *FOOD VLOGGER* DI YOUTUBE SEBAGAI  
ALTERNATIF UNTUK MEMBANTU KONSUMEN MELAKUKAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN**



Disusun oleh :

**Henrich Hendrata Harijanto**

**170323312**

Telah dibaca dan disetujui oleh :

**Pembimbing**

**Prof. Dr. Sheellyana Junaedi MF., SE., M.Si.**

**Yogyakarta, 13 Juli 2021**



**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

**SURAT KETERANGAN**

No. 857/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 : Henrich Hendrata Harijanto

NPM : 170323312

Dinyatakan

**Lulus Tanpa Revisi**

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

Dekan,

Dr. Bedi Suprpto, MBA., Ph.D.  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

## **PERNYATAAN**

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

### **PENGARUH *FOOD VLOGGER* DI YOUTUBE SEBAGAI ALTERNATIF UNTUK MEMBANTU KONSUMEN MELAKUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri. Baik secara pernyataan ide, kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan ini atau berdasar pada ide dari orang lain yang dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini terdapat pada 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, 13 Juli 2021

Yang menyatakan,



Henrich Hendrata Harijanto

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat, kekuatan, kesabaran, serta karunia-Nya yang tiada habis – habisnya, sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini, “Penelitian dengan judul Pengaruh *Food Vlogger* di YouTube Sebagai Alternatif Untuk Membantu Konsumen Melakukan Keputusan Pembelian”, guna untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saya selaku peneliti pada penelitian ini tidak henti-hentinya mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu, mendoakan , serta memberi semangat yang tidak kenal lelah kepada saya . Maka pada kesempatan ini saya ingi mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, melalui-Nya, saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar dan tidak mendapatkan banyak halangan. Serta selalu memberkati dan mencurahkan rahmat-Nya yang begitu besar kepada saya .
2. Ibu Prof.Dr.Sheellyana Junaedi MF.,SE.,M.Si sebagai dosen pembimbing skripsi saya yang telah menyediakan Ilmu, pengalaman, waktu, tenaga, ide – ide, dukungan, semangat, serta doa sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
3. Seluruh dosen, karyawan, staff FBE UAJY, yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan ilmu, waktu, semangat, dukungan serta doa selama menempuk pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Seluruh responden yang telah membantu serta menyediakan waktunya untuk mengisi kuesioner saya, serta atas doa-doanya agar dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan lancar.
5. Orang tua, nenek - kakek, om – om saya, adik serta keluarga besar, Papi Anton, Mami Oky, Emak-Engkong, Ku Pram, Ku arif, Handi, melalui doa – doa, dukungan

semangat, pengetahuan, pengalaman, bimbingan, nasihat, yang selalu diberikan kepada saya tanpa lelah dan henti- hentinya.

6. Café Monoch, Eyang, Spatiaty, sebagai tempat saya mengerjakan skripsi dan banyak suka cita serta kegembiraan yang juga hadir disana sehingga memotivasi saya untuk dapat mengerjakan penelitian ini dengan baik dan lancar.
7. Teman - teman Pangsit Cuy “Cuy.Corp” , Steven, Deva, Refa, yang tidak henti- hentinya juga memberi semangat, dukungan, doa – doa, yang tidak lelah- lelahnya sehingga penelitian ini berjalan dengan lancar dan baik, sekali lagi terima kasih banyak atas, memori - memori indah selama ini, canda dan tawa , doa- doa dan dukungannya yang sangat berarti bagi saya.
8. Teman – teman PUBG HAHA, JK, Nonik, Anel, Juan, Gaby, Esa, Dinda, Mario, NY, Cide, Ciwa, Nere, Deva, Steven, Frida, Jeri, atas dukungan serta doa- doanya sehingga dapat terselesaikannya penelitian ini.
9. Teman – teman Jogja Moto Fams (JMF) yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan yang diberikan serta doa – doa sehingga dapat terselesaikannya penelitian ini dengan baik dan lancar.
10. Teman – Teman HMPSM yang tidak dapat disebutkan satu persatu, juga membantu serta memberi dukungan dan doa agar terselesaikannya penelitian ini dengan baik dan lancar.
11. Teman – Teman Rotaract Club OF Yogyakarta Malioboro, yang tidak dapat disebutkan satu persatu terima kasih banyak atas dukungan, dan doa selama ini agar terselesaikannya penelitian ini dengan baik dan lancar.
12. Teman – teman seperjuangan bimbingan Bu Sheelly, terima kasih banyak atas semangat, dukungan , ide dan bantuannya agar terselesaikan penelitian ini dengan baik dan lancar.
13. Serta teman –teman , Michael Martin, Robi, Epen, David Kevin Hibono, Axel , Anggi, Alex, Surya dan masih banyak lagi, terima kasih atas doa dan dukungannya selama ini sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan lancar.

Saya berharap dengan adanya penelitian ini dapat selain memenuhi persyaratan lulus sarjana (S1) juga dapat membantu pihak – pihak bisnis seperti warung makan yang ingin menggunakan food vlogger agar mampu menambah pengetahuan baru. Serta diharapkan penelitian ini mampu memberi referensi untuk warung makan dalam mengembangkan bisnisnya lebih luas lagi .

Demikian penelitain skripsi ini dibuat dengan sebaik-baik mungkin. Apabila terjadi kekurangan dan kesalahan, maka dapat diberikan masukan kritik dan saran yang bersifat membangun . Akhir kata terima kasih untuk pihak – pihak yang terkait dalam penelitian ini , serta dapat bermanfaat bagi pembaca, pemilik bisnis warung makan dan teman – teman mahasiswa. Semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan memberikan rahmat, kesehatan , suka cita , dan membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.

Yogyakarta 13 Juli 2021

Penulis



Henrich Hendrata Harijanto

**MOTTO**



**“LIFE IS HARD, YOU HAVE TO HARDER  
THAN IT”**



**PENGARUH *FOOD VLOGGER* DI YOUTUBE SEBAGAI ALTERNATIF  
UNTUK MEMBANTU KONSUMEN MELAKUKAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**

**Disusun oleh :**

**Henrich Hendrata Harijanto**

**NPM : 170323312**

**Pembimbing**

**Prof.Dr.Sheellyana Junaedi MF.,SE.,M.Si.**

**INTISARI**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji ulasan *food vlogger* sebagai pemasaran media sosial yang meliputi konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi terhadap proses keputusan pembelian yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan pasca perilaku pembelian. Objek penelitian ini adalah *food vlogger* Nex Carlos di YouTube. Total responden dalam penelitian ini adalah 154 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan *skala likert* 5 poin. Dalam penelitian ini analisis data menggunakan metode regresi linier berganda dan korelasi kanonik dengan bantuan software IBM Statistics SPSS 25. Hasil dalam penelitian ini ialah adanya pengaruh konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi terhadap pengenalan masalah. Lalu adanya pengaruh konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi terhadap pencarian informasi. Kemudian adanya pengaruh konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi terhadap evaluasi alternatif . Lalu adanya pengaruh konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi terhadap keputusan pembelian . Serta adanya pengaruh konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi terhadap pasca perilaku pembelian.

**Kata Kunci :** ulasan *food vlogger* sebagai pemasaran media sosial, proses keputusan pembelian

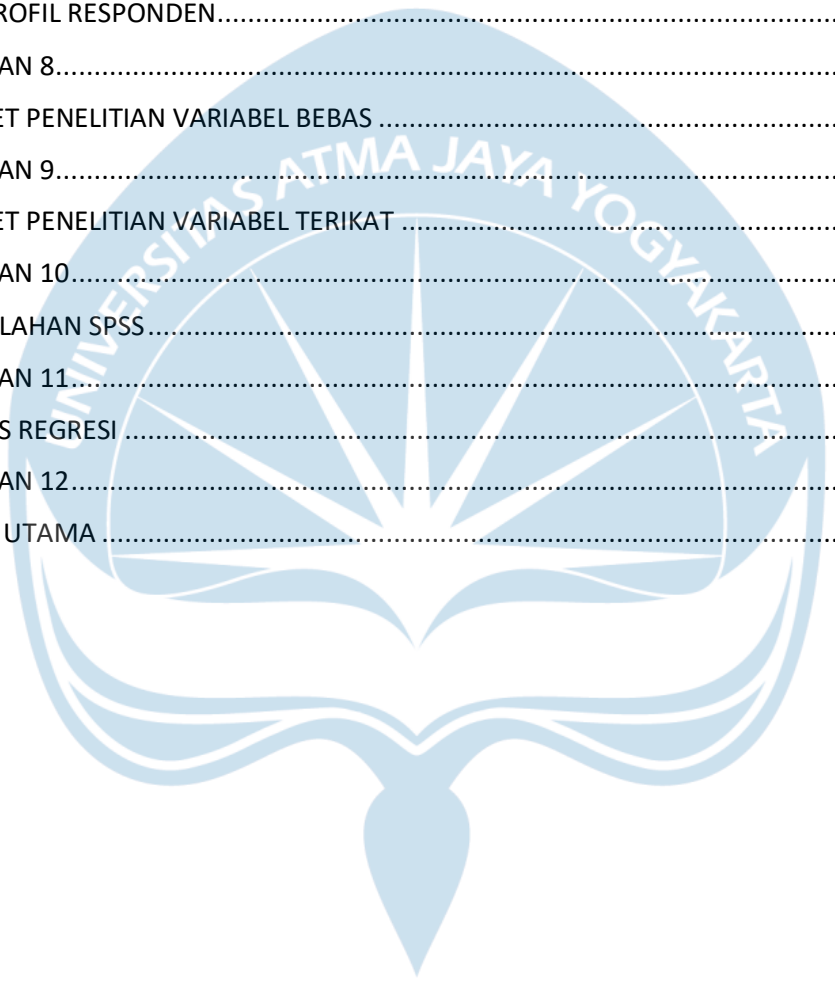
## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
BAB 2 .....	10
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Media Sosial .....	10
2.2 YouTube .....	11
2.2.1 YouTuber .....	12
2.3 Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	12
2.4 Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	14
2.5 Pengembangan Hipotesis .....	18
2.5.1 Konteks , Komunikasi, Kolaborasi, Koneksi dan Pengenalan Masalah .....	19
2.5.2 Konteks, Komunikasi,Kolaborasi, Koneksi dan Pencarian informasi .....	19
2.5.3 Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, Koneksi dan Evaluasi Alternatif .....	19
2.5.4 Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, Koneksi dan Keputusan Pembelian.....	20
2.5.5 Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, Koneksi dan Pasca Perilaku Pembelian .....	20
2.6 Model Penelitian .....	21
BAB 3 .....	22
METODE PENELITIAN .....	22
3.1 Lokasi, dan Objek Penelitian .....	22
3.2 Desain Penelitian.....	24

3.3 Data dan Sumber Data.....	25
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian .....	25
3.5 Metode Pengambilan Sampel .....	26
3.6 Definisi Operasional.....	26
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian .....	30
3.7.1 Uji Validitas.....	30
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	32
3.8 Analisis Data .....	33
3.8.1 Analisis Karakteristik Demografi Responden .....	33
3.8.2 Analisis Statistik Deskriptif .....	34
3.8.3 Analisis Korelasi Kanonik.....	36
BAB 4 .....	42
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Pengantar.....	42
4.2 Analisis Responden Berdasarkan Kriteria .....	43
4.2.1 Analisis Responden Berdasar Kriteria Menggunakan YouTube Sebagai Referensi Untuk Mencari Makanan Dan Minuman.....	43
4.2.2 Analisis Responden Berdasar Kriteria Mengenal, Mengetahui, Dan Pernah Membeli Makanan Atau Minuman Yang Pernah Diulas Oleh YouTuber Nex Carlos di YouTube.....	44
4.3 Analisis Profil Responden.....	45
4.3.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
4.3.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.3.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.3.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan .....	48
4.4 Analisis Statistik Deskriptif.....	49
4.5 Uji Regresi Linier Berganda .....	51
4.5.1 Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, Koneksi dan Pengenalan Masalah .....	51
4.5.2 Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, Koneksi dan Pencarian Informasi .....	53
4.5.3 Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, Koneksi dan Evaluasi Alternatif .....	56

4.5.4 Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, Koneksi dan Keputusan Pembelian.....	58
4.5.5 Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, Koneksi dan Pasca Perilaku Pembelian .....	61
4.6 Uji Signifikansi Korelasi Kanonik.....	63
4.6.2 Pengujian Secara Individual .....	64
4.7 Interpretasi Variat Kanonik .....	65
4.7.1 Bobot Kanonik .....	66
4.7.2 Muatan Kanonik .....	67
4.7.3 Muatan-Silang Kanonik.....	69
4.8 Pembahasan.....	70
4.8.1 Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, Koneksi dan Pengenalan Masalah .....	71
4.8.2 Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, Koneksi dan Pencarian informasi .....	72
4.8.3 Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, Koneksi dan Evaluasi Alternatif .....	73
4.8.4 Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, Koneksi dan Keputusan Pembelian.....	74
4.8.5 Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, Koneksi dan Pasca Perilaku Pembelian .....	75
BAB V.....	77
PENUTUP .....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Implikasi Manajerial .....	79
5.3 Batasan dan Saran .....	82
DAFTAR PUSTAKA .....	83
LAMPIRAN 1.....	88
PILOT STUDI .....	88
LAMPIRAN 2.....	92
HASIL PILOT STUDI GOOGLE FORMS.....	92
LAMPIRAN 3.....	96
KUESIONER DAN KUESIONER ASLI .....	96
LAMPIRAN 4.....	105
KUESIONER GOOGLE FORMS.....	105
LAMPIRAN 5.....	113

HASIL UJI RELIABILITAS DAN UJI VALIDITAS .....	113
LAMPIRAN 6.....	121
HASIL UJI DESKRIPTIF .....	121
LAMPIRAN 7.....	123
DATA PROFIL RESPONDEN.....	123
LAMPIRAN 8.....	139
DATA SET PENELITIAN VARIABEL BEBAS .....	139
LAMPIRAN 9.....	160
DATA SET PENELITIAN VARIABEL TERIKAT .....	160
LAMPIRAN 10.....	171
HASIL OLAHAN SPSS.....	171
LAMPIRAN 11.....	180
ANALISIS REGRESI .....	180
LAMPIRAN 12.....	186
JURNAL UTAMA .....	186



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1	Definisi Operasional	26
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas	31
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasar Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasar Usia	47
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasar Pekerjaan	47
Tabel 4.4	Profil Responden per Bulan	48
Tabel 4.5	Hasil Statistik Deskriptif	49
Tabel 4.6	<i>Model Summary</i> Pada Pengenalan Masalah	51
Tabel 4.7	Hasil Uji F Pada Pengenalan Masalah	52
Tabel 4.8	Hasil Uji T Pada Pengenalan Masalah	52
Tabel 4.9	<i>Model Summary</i> Pada Pencarian Informasi	54
Tabel 4.10	Hasil Uji F Pada Pencarian Informasi	54
Tabel 4.11	Hasil Uji T Pada Pencarian Informasi	55
Tabel 4.12	<i>Model Summary</i> Pada Evaluasi Alternatif	56

Tabel 4.13	Hasil Uji F Pada Evaluasi Alternatif	57
Tabel 4.14	Hasil Uji T Pada Evaluasi Alternatif	57
Tabel 4.15	<i>Model Summary</i> Pada Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.16	Hasil Uji F Pada Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.17	Hasil Uji T Pada Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.18	<i>Model Summary</i> Pada Pasca Perilaku Pembelian	61
Tabel 4.19	Hasil Uji F Pada Pasca Perilaku Pembelian	61
Tabel 4.20	Hasil Uji T Pada Pasca Perilaku Pembelian	62
Tabel 4.21	Multivariate Test of Significance	63
Tabel 4.22	Eigenvalues and Canonical Correlations	64
Tabel 4.23	Dimension Reduction Analysis	65
Tabel 4.24	Standardized Canonical Coefficients of Covariates	66
Tabel 4.25	Standardized Canonical for Dependent Variables	67
Tabel 4.26	Correlation Between Covariates and Canonical Variables	68
Tabel 4.27	Correlation Between Dependent and Canonical Variables	68

Tabel 4.28	Raw Canonical Coefficient For Covariates	69
Tabel 4.29	Raw Canonical Coefficient For Dependent Variables	70





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Most-Used Social Media Platform</i>	2
Gambar 1.2	YouTube : <i>Audience Overview</i>	3
Gambar 1.3	Tampilan Akun YouTube / Nex Carlos	5
Gambar 2.1	Model Penelitian	18
Gambar 3.1	Tampilan video-video Nex Carlos di YouTube	19
Gambar 3.2	Tampilan video- video Nex Carlos di beberapa daerah di Indonesia	20
Gambar 3.3	Tampilan video Nex Carlos ketika sedang mengulas makanan atau minuman	20
Gambar 3.4	Penentuan Penduga Koefisien Korelasi Kanonik	32
Gambar 3.5	Uji Signifikansi Secara Keseluruhan	33
Gambar 3.6	Uji Signifikansi Secara Sebagian	33
Gambar 4.1	Menggunakan YouTube Sebagai Referensi Untuk Mencari Makanan atau Minuman	36
Gambar 4.2	Mengenal, Mengetahui, dan Pernah Membeli Makanan atau Minuman yang Pernah Diulas Oleh YouTuber Nex Carlos di YouTubnya.	37

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pilot Studi	88
Lampiran 2	Hasil Pilot Studi Google Forms	92
Lampiran 3	Kuesioner dan Kuesioner Asli	95
Lampiran 4	Koesioner Google Form	10
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas dan Uji Validitas	112
Lampiran 6	Hasil Uji Deskriptif	120
Lampiran 7	Data Profil Responden	122
Lampiran 8	Data Set Responden Variabel Bebas	139
Lampiran 9	Data Set Respinden Variabel Terikat	160
Lampiran 10	Hasil Olahan SPSS	171
Lampiran 11	Analisis Regresi	180
Lampiran 12	Jurnal Utama	186