

**PENGARUH *INFLUENCER PROFESSIONAL E-SPORT PLAYERS*
TERHADAP NIAT BELI *MERCHANDISE* TIM E-SPORTS DI
INDONESIA**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:

Xiena Dherby Risanti / 190324612

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

2023

SKRIPSI
"PENGARUH *INFLUENCER PROFESSIONAL E-SPORT PLAYERS*
TERHADAP NIAT BELI *MERCHANDISE* TIM E-SPORTS DI
INDONESIA"



Disusun Oleh :

Xiena Dherby Risanti / 190324612

Telah dibaca dan di setujui oleh :

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'C. Jarot Priyogutomo', written over a vertical line.

Drs. C. Jarot Priyogutomo., MBA.

Yogyakarta, 12 Mei 2023

SKRIPSI
"PENGARUH *INFLUENCER PROFESSIONAL E-SPORT PLAYERS*
TERHADAP NIAT BELI *MERCHANDISE* TIM E-SPORTS DI
INDONESIA"


Xiena Dherby Risanti
NPM : 190324612

Telah dipertahankan di depan panitia penguji
Pada tanggal 5 Juni 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Derajat Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji



Mahestu N Krisjanti, MSc. IB., Ph.D.



Nadia Nila Sari, MBA



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Yogyakarta, 13 Juni 2023
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

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

PERNYATAAN

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

PENGARUH *INFLUENCER PROFESSIONAL E-SPORT PLAYERS* TERHADAP NIAT BELI *MERCHANDISE* TIM E-SPORTS DI INDONESIA

Benar-benar hasil karya dan ide saya sendiri. segala pernyataan, ide, ataupun kutipan baik yang disampaikan secara langsung maupun tidak langsung, yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain telah dicantumkan secara tertulis dalam catatan kaki dan daftar pustaka. Saya telah berupaya keras untuk menyatakan sumber-sumber yang relevan dan mengacu pada sumber-sumber yang sah dan terpercaya. Saya memastikan bahwa tidak ada kutipan atau pernyataan yang diambil dari karya orang lain tanpa disebutkan sumbernya secara jelas dan akurat. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima konsekuensi berupa hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 12 Mei 2023
Yang menyatakan



Xiena Dherby Risanti

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT, Tuhan semesta alam, yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan keberkahan-Nya kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**PENGARUH *INFLUENCER PROFESSIONAL E-SPORT PLAYERS* TERHADAP NIAT BELI *MERCHANDISE* TIM E-SPORTS DI INDONESIA**" dengan baik.

Dalam kesempatan ini, dengan tulus dan ikhlas saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Mami Yasteriana, Alm Papa Agus Risanto, nenek saya Sy. Riqwan, kakak Bella Dherisa Risanti, Kakak Ipar Tiar Panahatan Sidabutar dan Om Heruwintoko yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan doa yang tiada henti selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih atas cinta dan kasih sayang yang selalu diberikan, serta pengorbanan dan perjuangan yang tidak ternilai harganya.
2. Dosen pembimbing Bapak Jarot Priyogutomo C. Drs., MBA yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berharga dalam proses penulisan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran, dukungan, dan semangatnya yang memotivasi saya untuk terus mengembangkan karya ini.
3. Rektor kampus yang telah memberikan fasilitas dan lingkungan akademik yang kondusif untuk menunjang proses penulisan skripsi ini.
4. Kepada pacar saya Jabran Bagus Wiloko yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan motivasi untuk tetap fokus dan bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas doa, support, dan kehadirannya dalam hidup saya.
5. Kepada adek-adek bulu saya Locky, Pilo, Leca, Jecko, Kenzo, Emon, Enjo, Leeloo, Apple, Briella dan keponakan saya Celio yang selalu menemani saya mengerjakan skripsi dan kehadiran mereka sehari-hari memberikan semangat bagi saya.

6. Sahabat seperjuangan Felicia Christy, Esther Veliana dan Ludwig Adhi yang selalu ada dalam suka dan duka, memberikan semangat dan dukungan dalam menjalani kehidupan. Terima kasih atas dukungan, bantuan, dan canda tawa yang telah menghiasi perjalanan saya.
7. Teman-teman kelas bimbingan yang telah memberikan dukungan, semangat, dan informasi yang sangat berguna dalam penulisan skripsi ini.
8. Responden yang telah berkenan memberikan waktu dan tenaga untuk menjawab kuesioner sebagai data penelitian skripsi ini.
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu namun memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.

Terima kasih banyak atas semua dukungan, bantuan, dan doa yang diberikan selama proses penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan dan kebahagiaan dalam hidup kita semua. Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, saya memohon maaf yang sebesar-besarnya jika ada kesalahan atau kekurangan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 12 Mei 2023
Yang menyatakan,



Xiena Dherby Risanti

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Batasan Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II Tinjauan konseptual.....	13
2.1 Landasan Teori dan Pengertian Variabel.....	13
2.1.1 <i>Influencer</i>	13

2.1.2	<i>Professional E-sport Players</i>	17
2.1.3	<i>Professional E-sport Players Sebagai Influencer</i>	18
2.1.4	Tim E-sport.....	19
2.2	Merchandise.....	21
2.3	<i>Sikap Influencer</i>	21
2.4	Kredibilitas <i>Influencer</i>	22
2.5	Daya Tarik Sosial <i>Influencers</i>	23
2.6	Niat Beli.....	24
2.7	Penelitian Terdahulu	24
2.7.1	Pengaruh Sikap <i>Influencer</i> Terhadap Niat Beli.....	29
2.7.2	Pengaruh Kredibilitas <i>Influencer</i> Terhadap Niat Beli	30
2.7.3	Pengaruh Daya Tarik Sosial <i>Influencer</i> Terhadap Niat Beli.....	30
2.8	Kerangka Penelitian.....	31
BAB III Metodologi penelitian		32
3.1	Objek, Lokasi dan Subjek Penelitian	32
3.1.1	Objek Penelitian dan Lokasi Penelitian.....	32
3.1.2	Subjek Penelitian.....	32
3.2	Metode Sampling.....	33
3.2.1	Populasi	33
3.2.2	Sampling.....	33
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	34
3.4	Pengukuran Variabel.....	36
3.5	Definisi Operasional.....	36

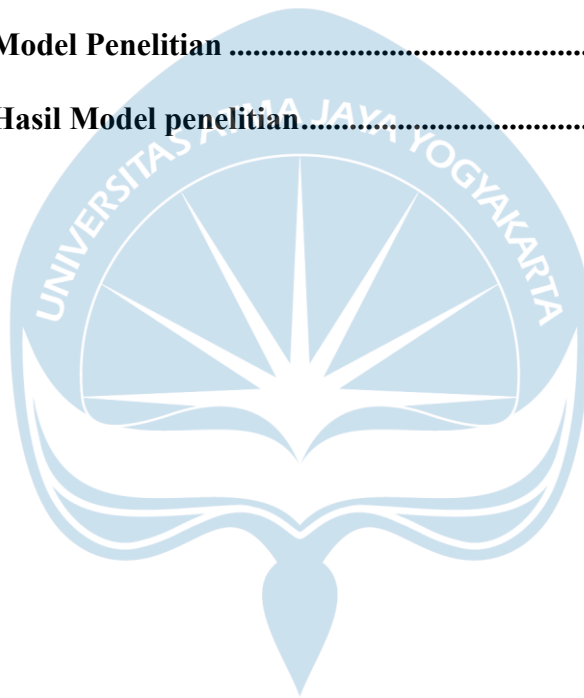
3.6	Metode Pengujian Instrumen.....	41
3.6.1	Uji Validitas	41
3.6.2	Uji Reliabilitas	42
3.7	Metode Analisis Data	43
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	43
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.7.3	Uji Kelayakan Model (Uji F).....	45
3.7.4	Koefisien Determinasi.....	46
BAB IV Hasil dan pembahasan.....		47
4.1	Analisis Deskriptif.....	47
4.1.1	Analisis Deskriptif Kriteria Responden	47
4.1.2	Analisis Deskriptif Profil Responden	48
4.1.3	Analisis Deskriptif Untuk Variabel	50
4.2	Hasil Pengujian Hipotesis.....	59
4.2.1	Analisis Regresi Linier Berganda	59
4.2.2	Uji Kelayakan Model (Uji F).....	60
4.2.3	Koefisien Determinasi.....	61
4.3	Pembahasan	62
4.3.1	Pengaruh Sikap <i>Influencer</i> Terhadap Niat Beli.....	62
4.3.2	Pengaruh Kredibilitas <i>Influencer</i> Terhadap Niat Beli	63
4.3.3	Pengaruh Daya Tarik Sosial <i>Influencer</i> Terhadap Niat Beli.....	64
BAB V Kesimpulan dan saran		66
5.1	Kesimpulan	66
5.2	Implikasi Manajerial	66
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	68

5.4	Saran.....	69
	Daftar Pustaka.....	70
	LAMPIRAN.....	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kemenangan Tim Nasional E-Sports Indonesia di IESF WEC Bali 2022.....	2
Gambar 1.2	Akun Instagram Tim E-sports Indonesia.....	4
Gambar 1.3	Akun Instagram <i>Professional e-sport players</i>.....	7
Gambar 2.1	Tingkatan <i>Influencer</i> Instagram	17
Gambar 2.2	Model Penelitian	31
Gambar 4.1	Hasil Model penelitian.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	37
Tabel 3.2 Uji Validitas.....	42
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 3.4 Rumus Uji Interval	44
Tabel 4.1 Jumlah Responden Yang Mengikuti Media Sosial <i>Professional E-sport Players</i>	47
Tabel 4.2 Jumlah Responden Yang Mengetahui Adanya Penjualan Merchandise Tim E-sport.....	48
Tabel 4.3 Profil Jenis Kelamin Responden Penelitian.....	49
Tabel 4.4 Profil Usia Responden Penelitian.....	49
Tabel 4.5 Profil Status Pekerjaan responden penelitian.....	50
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Dari 200 Responden Untuk Variabel Sikap <i>Influencer</i>	51
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Dari 200 Responden Untuk Variabel Kredibilitas <i>Influencer</i>	53
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Dari 200 Responden Untuk Variabel daya Tarik Sosial <i>Influencer</i>	55
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Dari 200 Responden Untuk Variabel Niat Beli.....	57
Tabel 4.10 Analisis Regresi <i>Coefficientsa</i>	59
Tabel 4.11 ANOVA.....	60
Tabel 4.12 <i>Model Summary</i>	61

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISIONER PENELITIAN	74
LAMPIRAN 2 DATA RESPONDEN.....	79
LAMPIRAN 3 HASIL KUISIONER	90



**PENGARUH *INFLUENCER PROFESSIONAL E-SPORT PLAYERS*
TERHADAP NIAT BELI *MERCHANDISE* TIM E-SPORTS DI INDONESIA**

Disusun Oleh:

Xiena Dherby Risanti

NPM: 19 03 24612

Pembimbing

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Influencer professional e-sport players* terhadap niat beli *merchandise* tim e-sports di Indonesia. Variabel independen yang digunakan adalah sikap *Influencer*, kredibilitas *Influencer*, dan daya tarik sosial *Influencer*, sedangkan variabel dependen adalah niat beli. Objek penelitian pada penelitian ini adalah *Merchandise* tim e-sport dan subjek pada penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang mengenal *professional e-sport players* dan mengetahui *merchandise* tim e-sports. Penelitian ini menggunakan kuantitatif dan mengambil sampel responden sebanyak 200 secara *purposive sampling* dengan menyebarkan kuisioner melalui google forms. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dibantu dengan *software* SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap *influencer*, kredibilitas *Influencer*, dan daya tarik sosial *Influencer* berpengaruh signifikan terhadap nilai beli.

Kata Kunci : sikap *Influencer*, kredibilitas *Influencer*, daya tarik sosial *Influencer*, niat beli, *professional e-sport players*