

**“PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* RACHEL VENNYA PADA
MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT BELI PRODUK SCARLETT
WHITENING”**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:

Esther Veliana Kushartono / 190324732

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

2023

Skripsi

**"PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* RACHEL VENNYA PADA
MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT BELI PRODUK SCARLETT
WHITENING"**



Disusun Oleh :

Esther Veliana Kushartono / 190324732

Telah dibaca dan di setujui oleh :

Pembimbing

Yogyakarta, 31 Mei 2023

Drs. C. Jatot Priyogutomo, MBA.

Skripsi

**"PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* RACHEL VENNYA PADA MEDIA
SOSIAL TERHADAP NIAT BELI PRODUK SCARLETT WHITENING"**

Esther Veliana Kushartono

NPM : 190324732

Telah dipertahankan di depan panitia penguji

Pada tanggal 07 Juli 2023

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk mencapai Derajat Sarjana Manajemen (SI)

Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEL.

Yogyakarta, 17 Juli 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. 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 KREDIBILITAS *INFLUENCER* RACHEL VENNYA PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT BELI PRODUK SCARLETT WHITENING

Benar – benar hasil karya yang saya susun 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 catatan perut / catatan kaki / daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi Sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 7 Juni 2023
Yang menyatakan



Esther Veliana Kushartono

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat – Nya yang telah diberikan kepada penulis karena bimbingan – Nya, Penulis mampu mengerjakan dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* RACHEL VENNYA PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT BELI PRODUK SCARLETT WHITENING” dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saya selaku penulis pada penelitian ini tidak henti – hentinya mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak – pihak yang telah membantu, mendoakan, serta memberi semangat yang tidak kenal lelah kepada saya. Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena – Nya, saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar dan tidak mendapatkan banyak halangan disaat menyusun penelitian ini.
2. Bapak Drs. C Jarot Priyogutomo, MBA. Selaku Wakil Dekan 3 Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta sekaligus sebagai Dosen Pembimbing yang telah menyediakan ilmu, pengalaman, waktu, ide – ide, semangat

serta dukungan yang besar sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan sempurna.

3. Seluruh responden yang telah membantu saya dalam pengisian kuesioner, serta memberikan semangat agar dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan lancar.
4. Kepada Orang Tua, Adik, serta keluarga besar yang tak henti – hentinya mendoakan, memberikan dukungan serta menghibur saya tanpa lelah.
5. Kepada Ludwig Adhi Prakoso 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.
6. Teman – teman seperjuangan saya, Ica, Xena, Lili, Wilson, Arga, Santa, Ojis, Refsi, Aris yang menyemangati saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman kelas bimbingan yang telah memberikan dukungan, semangat, dan informasi yang sangat berguna dalam penulisan skripsi ini.
8. Terimakasih untuk BTS, Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook yang selalu memberikan hiburan dan menjadi moodbooster di saat peneliti lelah, serta menjadi inspirasi karena lagu – lagunya yang sangat menghibur saat peneliti mengerjakan Skripsi ini.
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu namun memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.

Demikian, penelitian skripsi ini dibuat dengan sebaik – baik mungkin, apabila terjadi kecurangan dan kelemahan, maka dapat diberikan masukan kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada Tuhan Yang Maha Esa yang membantu saya hingga penulisan ini dapat selesai dengan lancar.

Yogyakarta, 7 Juni 2023

Yang Menyatakan



Esther Veliana Kushartono



DAFTAR ISI

<i>PERNYATAAN</i>	<i>iii</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>iv</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>vii</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>x</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>xi</i>
<i>DAFTAR LAMPIRAN</i>	<i>xii</i>
<i>ABSTRAK</i>	<i>xiii</i>
<i>BAB I PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Batasan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
<i>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</i>	<i>12</i>
2.1 Landasan Teori dan Pengertian Variabel.....	12
2.2 Influencer	12
2.2.1 Jenis <i>Influencer</i>	12
2.2.2 <i>Influencer Marketing</i>	14
2.2.3 Pemasaran Media Sosial.....	15
2.2.4 Kredibilitas <i>Influencer</i>	17
2.3 Ketertarikan	18
2.4 Kepercayaan	19
2.5 Keahlian	20
2.6 Niat Beli.....	20

2.7 Penelitian Terdahulu	22
2.7.1 Pengembangan Hipotesis.....	33
2.7.2 Pengaruh Kredibilitas Terhadap Niat Beli.....	34
2.7.3 Pengaruh Ketertarikan Terhadap Niat Beli.....	34
2.7.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli Konsumen	34
2.7.5 Pengaruh Keahlian Terhadap Niat Beli.....	35
2.8 Kerangka Penelitian.....	36
<i>BAB III METODE PENELITIAN</i>	37
3.1 Instrumen Penelitian.....	37
3.2 Objek, Lokasi, dan Subjek Penelitian.....	38
3.2.1 Objek Penelitian dan Lokasi.....	38
3.2.2 Subjek Penelitian.....	38
3.3 Metode Sampling.....	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampling.....	39
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.5 Pengukuran Variabel.....	40
3.6 Definisi Operasional.....	41
3.7 Pengujian Instrumen	45
3.7.1 Uji Validitas	45
3.7.2 Uji Reliabilitas	47
3.8 Metode Analisis Data	48
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	48
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
<i>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</i>	51
4.1 Analisis Deskriptif Responden	51
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan dari Jenis Kelamin dan Usia 51	
4.1.2 Analisis Deskriptif dengan Mean dan Standar Deviasi	53
4.2 Hasil pengujian hipotesis.....	61
4.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda	61
4.2.2 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	63
4.2.3 Koefisien Determinasi.....	64

4.3 Pembahasan	65
4.3.1 Pengaruh Kredibilitas <i>Influencer</i> Terhadap Niat Beli	65
4.3.2 Pengaruh Ketertarikan terhadap Niat Beli.	66
4.3.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Beli.....	67
4.3.4 Pengaruh Keahlian terhadap Niat Beli.....	68
<i>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</i>	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Implikasi Manajerial	70
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	71
5.4 Saran.....	71
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Akun Instagram @scarlett_whitening	4
Gambar 1.2 Produk Kecantikan Tubuh Terlaris Di Indonesia	5
Gambar 1.3 Tampilan Akun Instagram @rachelvennya	7
Gambar 1.4 Model Penelitian	34



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional	39
Tabel 3.2 Uji Validitas	43
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas	44
Tabel 3.4 Kategori Interval Jawaban Responden	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	48
Tabel 4.2 Distribusi Analisis Deskriptif dari 180 Responden untuk Variabel daya Tarik <i>Influencer</i>	49
Tabel 4.3 Distribusi Analisis Deskriptif dari 180 Responden untuk Variabel Kepercayaan <i>Influencer</i>	51
Tabel 4.4 Distribusi Analisis Deskriptif dari 180 Responden untuk Variabel keahlian <i>Influencer</i>	53
Tabel 4.5 Distribusi Analisis Deskriptif dari 180 Responden untuk Variabel Niat Beli <i>Influencer</i>	55
Tabel 4.6 Analisis Regresi <i>Coefficients^a</i>	57
Tabel 4.7 ANOVA.....	58
Tabel 4.8 Model Summary.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	74
Lampiran 2 Kuisisioner Daring.....	79
Lampiran 3 Data responden.....	90
Lampiran 4 Hasil kuisisioner.....	96
Lampiran 5 Hasil Olah Data.....	102



**PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* RACHEL VENNYA PADA
MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK SCARLETT
WHITENING**

Disusun Oleh: Esther Veliana Kushartono

NPM: 190324732

Pembimbing : Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kredibilitas *influencer* Rachel Vennya terhadap niat pembelian pembelian produk Scarlett Whitening. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah Ketertarikan, Kepercayaan dan Keahlian dari Kredibilitas seorang *Influencer*, sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah niat beli. Objek pada penelitian yang dilakukan adalah produk Scarlett Whitening dan subjek pada penelitian ini adalah pengguna Instagram yang mengikuti akun Instagram Scarlett Whitening dan yang menggunakan produk kecantikan Scarlett Whitening. Penelitian ini menggunakan kuantitatif dan juga mendapatkan sampel responden sebanyak 180 dengan menggunakan cara *purposive sampling* dengan cara menyebarkan kuisioner melalui *google forms*. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*. Pada penelitan yang dilakukan mendapatkan hasil bahwa ketertarikan, kepercayaan dan keahlian kredibilitas *Influencer* memiliki pengaruh terhadap niat beli.

Kata Kunci : kredibilitas *Influencer*, ketertarikan, kepercayaan, keahlian, niat beli