

**PERAN DAN KREDIBILITAS *INFLUENCER* DALAM
MEMBENTUK PERILAKU BERKELANJUTAN**

(Studi Pada Jerhemy Owen)

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Fifi Triami

NPM : 200325739

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PERAN DAN KREDIBILITAS *INFLUENCER*
DALAM MEMBENTUK PERILAKU BERKELANJUTAN
(STUDI PADA JERHEMY OWEN)**

**Disusun oleh:
Fifi Triami
NPM: 20 03 25739**

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



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

15 Mei 2024

Skripsi

**PERAN DAN KREDIBILITAS *INFLUENCER* DALAM MEMBENTUK
PERILAKU BERKELANJUTAN
(STUDI PADA JERHEMY OWEN)**

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

**Fifi Triami
NPM: 20 03 25739**

telah dipertahankan didepan Panitia Penguji
pada tanggal 07 Juni 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



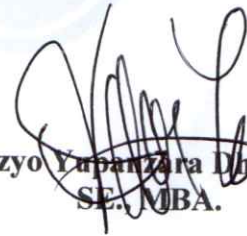
Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



**Wenefrida Mahestu N. Krisjanti,
MSc., Ph.D.**

**Vonezyo Yapanzara Dharomesz,
SE., MBA.**



Yogyakarta, 07 Juni 2024

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, MSc., 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 :


PERAN DAN KREDIBILITAS *INFLUENCER* DALAM MEMBENTUK PERILAKU BERKELANJUTAN

(Studi Pada Jerhemy Owen)

Merupakan hasil karya yang ditulis sendiri baik pernyataan, ide, kutipan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain akan dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini pada daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun keseluruhan dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 20 Juni 2024

Yang menyatakan,


Fifi Triami

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tak henti penulis panjatkan kepada Allah swt yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, karena atas izin-Nya penulisan skripsi yang berjudul **Peran Dan Kredibilitas *Influencer* Dalam Membentuk Perilaku Berkelanjutan (Studi Pada Jerhemy Owen)** dapat terselesaikan dengan baik sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Tanpa disangka waktu telah cepat berlalu, dan selama masa penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini penulis tidak terlepas dari kendala dan kesulitan yang dihadapi. Akan tetapi, berkat keterlibatan dari doa, bantuan, dukungan semangat serta bimbingan dari beberapa pihak yang terlibat, penulisan ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Udiyono dan Ibu Kunik selaku orangtua penulis yang selalu memberikan doa, nasehat, dukungan semangat, fasilitas serta kasih sayang tiada batas.
2. Ibu Wenefrida Mahestu N.K., SE., M.Sc.IB, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berupaya meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan masukan, saran dan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
3. Teruntuk ketiga saudara kandung saya yang juga turut mendoakan serta memberikan penghiburan bagi penulis agar semangat dalam melakukan penyusunan.

4. Teruntuk lelaki bogor yang istimewa, Abraham Fadil Ar-Rasyid selaku kekasih penulis yang selalu menyertakan doa, mengulurkan bantuan kala penulis merasa kesulitan, menjadi sandaran berkeluh kesah serta selalu mendukung dan memberikan semangat selama proses penulisan skripsi.
5. Untuk seluruh teman yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah berperan dalam membantu penulis melalui doa maupun dukungan serta telah menemani penulis selama proses perkuliahan sampai penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Terakhir yang ditujukan kepada diri penulis sendiri karena telah berjuang, berproses, serta mampu melawan rasa penat dan keraguan, bahkan mampu mengarungi dinamika selama awal kuliah sampai proses penulisan skripsi ini terselesaikan.

DAFTAR ISI

.....	ii
Skripsi	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
MOTTO	xiii
Abstrak	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Peran <i>Influencer</i>	10
2.1.2 Kredibilitas	12

2.1.3	Sosial Media	14
2.1.4	Konsumsi Berkelanjutan.....	16
2.2	Penelitian Terdahulu.....	18
2.3	Pengembangan Hipotesis.....	24
2.3.1	Pengaruh Peran <i>Influencer</i> Terhadap Kredibilitas.....	24
2.3.2	Pengaruh Peran <i>influencer</i> terhadap Konsumsi Berkelanjutan.	25
2.3.3	Pengaruh Kredibilitas <i>Influencer</i> terhadap Konsumsi Berkelanjutan....	26
2.3.4	Pengaruh Mediasi Kredibilitas terhadap Peran <i>Influencer</i> pada Konsumsi Berkelanjutan	27
2.4	Kerangka Penelitian	28
BAB III	30
METODE PENELITIAN	30
3.1	Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian	30
3.2	Objek dan Subjek Penelitian.....	31
3.3	Populasi dan Sampel	31
3.4	Metode Pengumpulan Data	33
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6	Pengukuran Variabel.....	34
3.7	Definisi Operasional.....	34
3.8	<i>Face Validity</i>	37
3.9	Metode Analisis Data	38
3.9.1	Analisis Deskriptif Responden	38
3.9.2	Analisis PLS-SEM.....	38
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	46
4.1	Analisis Deskriptif Karakteristik Profil Responden.....	46

4.2.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	47
4.2.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	48
4.2.4	Karakteristik Responden berdasarkan Akun Sosial Media yang Digunakan	49
4.2	Analisis SmartPLS	50
4.3	Evaluasi Analisis Model Pengukuran (<i>Outlier Model</i>)	50
4.3.1	Uji Validitas Konvergen	50
4.3.2	Uji Validitas Diskriminan	52
4.3.3	Uji Reliabilitas.....	54
4.4	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	55
4.4.1	Pengujian R Square	55
4.5	Pengujian Hipotesis.....	56
4.6	Uji Mediasi.....	59
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
4.7.1	Pengaruh Peran <i>Influencer</i> Media Sosial terhadap Kredibilitas Pengikutnya	59
4.7.2	Pengaruh Peran <i>Influencer</i> Media Sosial terhadap Konsumsi Berkelanjutan Pengikutnya.....	60
4.7.3	Pengaruh Kredibilitas <i>Influencer</i> terhadap Konsumsi Berkelanjutan Pengikutnya.....	61
4.7.4	Pengaruh Mediasi Kredibilitas terhadap Peran <i>Influencer</i> pada Konsumsi Berkelanjutan.	62
BAB V	63
PENUTUP	63
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3 1 Definisi Operasional.....	35
Tabel 3 2. <i>Face Validity</i>	38
Tabel 4. 1 <i>Outer Loadings</i>	51
Tabel 4. 2 <i>Cross Loading</i>	52
Tabel 4. 3 <i>Fornell Lacker Creterion</i>	53
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4. 5 <i>R-Square</i>	55
Tabel 4. 6 <i>Path Coefficient</i>	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Suhu Udara Indonesia April 2024.....	2
Gambar 1.2 Populasi Indonesia Pertahun.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	28
Gambar 3. 1 Model Mediasi.....	44
Gambar 3. 2 Model Jalur Mediasi.....	44
Gambar 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Gambar 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	48
Gambar 4. 3 Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	48
Gambar 4. 4 Data Pengguna Sosial Media	49
Gambar 4. 5 Pengujian Hipotesis.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .1 Kuesioner.....	74
Lampiran 1 2. Indikator Kuesioner	75
Lampiran 1 3. Jawaban Kuesioner	77
Lampiran 1 4. Hasil Olah Data SEM-PLS	85

MOTTO

飛ぶ

“Hadapi, Pelajari, Pahami, Lalu Terbanglah.”

**PERAN DAN KREDIBILITAS *INFLUENCER* DALAM MEMBENTUK
PERILAKU BERKELANJUTAN**

(Studi Pada Jerhemy Owen)

Disusun oleh:

Fifi Triami

NPM : 200325739

Pembimbing

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

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh peran dan kredibilitas *influencer* terhadap konsumsi berkelanjutan. Pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purpose sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 103 responden yang mengikuti akun sosial media Tiktok dan Instagram Jerhemy Owen, mengetahui bahwa ia adalah pakar lingkungan serta responden yang memiliki rasa peduli akan lingkungan. Kuesioner yang digunakan memiliki 18 pertanyaan. Pengolahan data menggunakan model penelitian analisis SEM-PLS dengan menggunakan software SmartPLs 4.0. Hasil menunjukkan bahwa peran dan kredibilitas *influencer* secara signifikan memengaruhi konsumsi berkelanjutan. Temuan ini juga sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya.

Kata kunci: Peran *Influencer*, Kredibilitas, Sosial Media, Konsumsi Berkelanjutan.