



**PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CIMORY
MELALUI MINAT BELI**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Disusun Oleh:

**SHERLYNA EKA OKTAFIANI
41219049**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
BUMIAYU
2023**



**PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CIMORY
MELALUI MINAT BELI**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Disusun Oleh:

**SHERLYNA EKA OKTAFIANI
41219049**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
BUMIAYU
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CIMMORY MELALUI MINAT BELI"**

Oleh

Nama : **SHERLYNA EKA OKTAFIANI**

Nim : **41219049**

Program Studi : **S1 Manajemen**

Fakultas : **Ekonomika Dan Bisnis**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi Pada tanggal **10** Bulan **08** Tahun **2023**

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Ketua Tim Penguji / Pembimbing

Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si

NIDN. 0622059001

Dosen Penelaah / Penguji 1

Adi Susanto, S.H., S.Pd., M.M

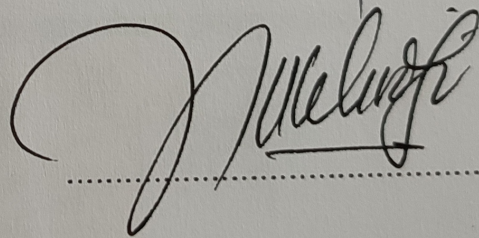
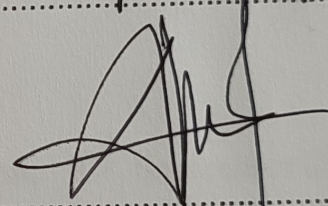
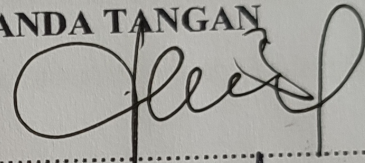
NIDN. 0602028302

Dosen penelaah / Penguji 2

Mukhroji, S.E., M.M

NIDN. 0621058902

TANDA TANGAN



Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal **18 - 09 - 2023**

Dekan

Fakultas Ekonomika Dan Bisnis

Mukhroji, S.E., M.M

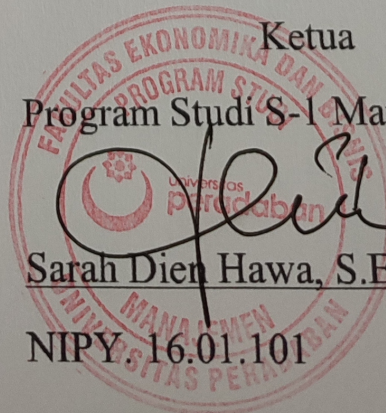
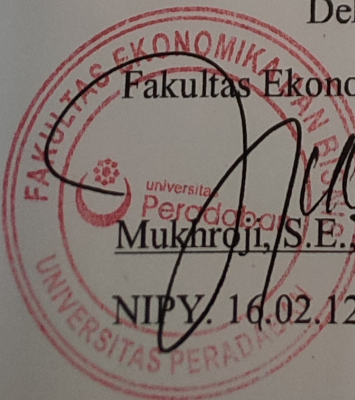
NIPY. 16.02.120

Ketua

Program Studi S-1 Manajemen

Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si

NIPY. 16.01.101



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sherlyna Eka Oktafiani

NIM : 41219049

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa cabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait skripsi ini.

Paguyangan, 18 September 2023

Yang membuat pernyataan,



Sherlyna Eka Oktafiani
NIM. 41219049

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas izin dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Peradaban.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Peradaban. Juga selaku dosen penguji 2 pada sidang skripsi saya.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Peradaban. Juga selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan dan memberikan masukan yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Adi Susanto, S.H., S.Pd., M.M., selaku dosen penguji 1 pada sidang skripsi saya.

5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Peradaban yang telah membekali dan memberikan banyak sekali pengetahuan kepada penulis.
6. Seluruh karyawan dan staff Universitas peradaban yang telah memberikan pelayanan kepada penulis.
7. Bapak Ngisomudin dan Ibu Tuti Rismawati selaku orang tua penulis dan adik saya yang telah memberikan segalanya baik do'a, materi, kasih sayang, motivasi, nasehat dan kesabaran yang takkan bisa tergantikan dengan apapun.
8. Sahabat Sasquad (Era, Saffa, Ulfah, Fira) untuk kesabaran, kebersamaan dan motivasi yang kalian berikan, dan yang telah membersamai penulis dari awal menjadi mahasiswi baru sampai saat ini dan insya Allah seterusnya.
9. Teman-teman prodi Manajemen dan keluarga besar Fakultas Ekonomika Dan bisnis Universitas Peradaban Angkatan 2019.
10. Pihak-pihak yang sudah berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
11. Jodoh penulis kelak kamu adalah salah satu alasan penulis menyelesaikan skripsi ini, meskipun saat ini penulis tidak tahu keberadaanmu entah di bumi bagian mana dan menggenggam tangan siapa. Seperti kata Bj Habibie "Kalau memang dia dilahirkan untuk saya, kamu jungkir balik pun saya yang dapat"
12. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all these hard work, I wanna thank me for having no*

days off, I wannna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and trying to do more than I receive. I wanna thank me for trying do more right than wrong, I wanna thank me for just being me all times.

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi yang telah disusun ini dapat memberi manfaat untuk semua, atas kritik dan saran yang dapat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Paguyangan, September 2023

Yang membuat pernyataan,

Sherlyna Eka Oktafiani
NIM. 41219049

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh *influencer marketing*, harga terhadap keputusan pembelian produk Cimory melalui minat beli. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 97 responden pengguna produk Cimory. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS v.24. Hasil dari penelitian ini adalah *influencer marketing*, harga berpengaruh positif terhadap minat beli, minat beli berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, *influencer marketing*, harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa minat beli dapat memediasi *influencer marketing* dan harga terhadap keputusan pembelian produk Cimory.

Kata kunci : Cimory, *influencer marketing*, harga, minat beli, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine and examine the influence of influencer marketing, price on Cimory product purchase decisions through buying interest. This study used quantitative methods. The sampling technique uses non-probability sampling techniques with accidental sampling methods. The number of samples used was 97 respondents who used Cimory products. Data analysis technique using multiple linear regression with the help of IBM SPSS v.24. The results of this study are influencer marketing, price has a positive effect on buying interest, buying interest has a positive influence on purchasing decisions, influencer marketing, price has a positive effect on purchasing decisions. It can be concluded that buying interest can mediate influencer marketing and price on Cimory product purchase decisions.

Keyword : *Cimory, influencer marketing, price, purchase intention, purchase decision*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
1. Teoritis	8
2. Praktis.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN	9
A. Telaah Pustaka.....	9
1. Keputusan Pembelian.....	9
2. Minat Beli.....	12
3. Influencer Marketing	14
4. Harga.....	18
B. Perumusan Model Penelitian.....	21
1. Penelitian Terdahulu	21
2. Perumusan Hipotesis.....	25
3. Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA	30
A. Metode Penelitian	30

1. Jenis Penelitian	30
2. Lokasi Penelitian	30
3. Waktu Penelitian.....	30
4. Populasi dan Sampel	30
4. Sumber Data	32
5. Teknik Pengumpulan Data	33
6. Definisi Konsep dan Operasional Variabel	33
B. Teknis Analisis Data.....	35
1. Analisis Data	35
2. Analisis Deskriptif	36
3. Uji Instrumen.....	38
4. Analisis Regresi Linier Berganda	39
5. Uji Hipotesis	40
6. Uji Asumsi Klasik.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Objek Penelitian	46
B. Analisis Data dan Pembahasan.....	49
1. Uji Instrumen.....	49
2. Analisis Deskriptif	51
3. Analisis Regresi Berganda	58
4. Uji Asumsi Klasik.....	64
5. Pembahasan	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	89
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	128

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand Index Pada Tahun 2020-2022.....	1
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 3. Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4. Tabel Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 5. Tabel Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	49
Tabel 6. Hasil Uji Validitas	50
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 8. Jawaban responden untuk variabel Keputusan Pembelian (Y).....	51
Tabel 9. Jawaban responden untuk variabel Minat Beli (M)	52
Tabel 10. Jawaban responden untuk variabel Influencer Marketing (X1).....	54
Tabel 11. Jawaban untuk variabel Harga (X2).....	57
Tabel 12. Hasil Regresi Berganda I	58
Tabel 13. Hasil Regresi Berganda II.....	59
Tabel 16. Hasil Koefisien Determinasi	63
Tabel 17. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-smirnov	64
Tabel 18. Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 19. Hasil Uji Multikolinearitas	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	29
Gambar 2. Grafik Normal P-P Plot.....	65
Gambar 3. Pola Grafik Scatterplot.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	89
Lampiran 2. Tabulasi Data Keputusan Pembelian	93
Lampiran 3. Tabulasi Data Minat Beli	96
Lampiran 4. Tabulasi Data Influencer Marketing	99
Lampiran 5. Tabulasi Data Harga.....	102
Lampiran 6. Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	105
Lampiran 7. Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Influencer Marketing (X1)	106
Lampiran 8. Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Harga (X2).....	109
Lampiran 9. Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (M).....	110
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	112
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel Influencer Marketing (X1).....	113
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)	115
Lampiran 13. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (M)	116
Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	117
Lampiran 15. Hasil uji Reliabilitas Variabel Influencer Marketing (X1).....	118
Lampiran 16. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)	119
Lampiran 17. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (M)	120
Lampiran 18. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	121
Lampiran 19. Hasil Uji Sobel.....	123
Lampiran 20. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	124
Lampiran 21. Hasil Uji Normalitas Histogram dan Normal P-Plot.....	125
Lampiran 22. Hasil Uji Heteroskedastisitas	126
Lampiran 23. Hasil Uji Multikolinearitas	127
Lampiran 24. Riwayat Hidup Penulis	128