



**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, *INFLUENCER* MARKETING,
ONLINE CUSTOMER REVIEW, KUALITAS INFORMASI,
KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA
MARKETPLACE BUKALAPAK**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

VIDIANTI

41220022

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
BUMIAYU
2024**



**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, *INFLUENCER* MARKETING,
ONLINE CUSTOMER REVIEW, KUALITAS INFORMASI,
KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA
MARKETPLACE BUKALAPAK**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

VIDIANTI

41220022

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
BUMIAYU
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, INFLUENCER MARKETING, ONLINE CUSTOMER REVIEW, KUALITAS INFORMASI, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA MARKETPLACE BUKALAPAK

Oleh

Nama : **VIDIANTI**
NIM : 41220022
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada tanggal bulan
tahun
2024 Juni

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji
Ketua Tim Penguji/Pembimbing
Rizki Amalia, S.Kom, M.M
NIDN. 0607099402

Dosen Penguji I
Sarah Dien Hawa, S.E.,M,Si
NIDN. 0622059001


Dosen Penguji
Adi Susanto., S.H., S.Pd., M.M
NIDN. 0602028302

Tanda Tangan

Rizki Amalia
.....
Sarah Dien Hawa
.....
Adi Susanto
.....

Diterima dan disahkan
Pada tanggal
21 Agustus 2024

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis


Mukhroji
Mukhroji., S.E.,M.M
NIPY. 16.02.120

Ketua
Program Studi S1 Manajemen


Sarah Dien Hawa
Sarah Dien Hawa, S.E.,M.Si.
NIPY.16.01.101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Vidianti
Nim : 41220022
Program Studi : S1 Manajemen

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

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

Paguyangan, 23 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Vidianti
NIM. 412220022

MOTTO PERSEMBAHAN

“Memulai dengan penuh keyakinan, menjalankan dengan penuh keikhlasan, dan menyelesaikannya dengan penuh kebahagiaan.”

“Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Karena Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya.”

(Q.S Al-Baqarah: 286)

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali.”

(HR. Tirmidzi)

PERSEMBAHAN

- ❖ Skripsi ini penulis persembahkan kepada orangtua tercinta, Ibu Darsitem dan Bapak Kisno atas cinta dan kasih yang diberikan untuk mengasuh, mendidik, membesarkan, mendukung, dan memanjatkan doa untuk setiap langkah yang dipilih penulis dalam menjalani hidup.
- ❖ Saudara kandungku tercinta, Nadia Okti Lestari dan Gea Gisa Vinandin yang selalu memberikan semangat, dukungan, bantuan, dan doa sehingga penulis mampu menyelesaikan perkuliahan ini sampai akhir.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena telah memberikan rahmat yang melimpah dan kesehatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah salah satu upaya yang harus dilakukan untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen pada program S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Kadarisman, S.H M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.e., M.Si., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban.
4. Ibu Rizki Amalia, S.Kom., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi saya yang dengan sabar dan sudah selalu menyediakan waktu, dorongan, bimbingan dan nasehat serta pikiran untuk membimbing penulis dari penyusunan proposal sampai dengan skripsi ini selesai.
5. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E.,Msi selaku dosen penguji I yang telah memberikan arahan dan berkontribusi dalam perbaikan penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Adi Susanto., S.H., S.Pd., M.M selaku dosen penguji II yang telah memberikan arahan dan berkontribusi dalam perbaikan penyusunan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban yang telah memberikan dan membekali banyak pengetahuan kepada saya. Serta

seluruh Staf Universitas Peradaban Bumiayu, yang telah memberikan layanan kepada penulis.

8. Ayahanda Kisno dan Ibunda Darsitem yang telah memberikan segalanya baik materi, do'a, kasih sayang, motivasi, bekal hidup, dan kesabaran yang tidak bisa digantikan dengan apapun.
9. Nadia Okti Lestari dan Gea Gisa Vinandin selaku saudara kandung yang selalu memberikan dukungan dan do'a kepada penulis.
10. Kepada Dhika Restian Infada yang telah menemani dan memberikan kontribusi yang besar dalam penulisan skripsi ini, serta dorongan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat saya Cantika Dwi Rizqiani yang telah berkontribusi besar dalam perjalanan perkuliahan penulis. Yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan perkuliahan ini.
12. Sahabat saya Yunita Amelia Kartika yang telah berkontribusi besar dalam perjalanan perkuliahan penulis. Yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan perkuliahan ini.
13. Sahabat saya Sindika Rahmawati Hopifah yang telah berkontribusi besar dalam perjalanan perkuliahan penulis. Yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan perkuliahan ini.
14. Teman-teman mahasiswa prodi manajemen Angkatan 2020 yang telah membantu dan memberi dukungan, motivasi kepada penulis.
15. Responden yang sudah bersedia mengisi kuesioner untuk penelitian ini.
16. Keluarga besar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban angkatan 2020.

17. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan, 23 Juli 2024

Penulis,

Vidianti

NIM. 41220022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh daya tarik iklan, *influencer marketing*, *online customer review*, kualitas informasi, kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Responden dalam penelitian ini yaitu 97 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Data diolah menggunakan SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tarik iklan, *influencer marketing*, *online customer review*, kualitas informasi, kepercayaan dan kemudahan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian pengguna marketplace Bukalapak.

Kata kunci: daya tarik iklan, *influencer marketing*, *online customer review*, kualitas informasi, kepercayaan, kemudahan, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine and examine the influence of advertising attractiveness, influencer marketing, online customer reviews, information quality, trust and ease of purchase decisions. The research method used in this study is quantitative method. The data collection technique used in this study is non-probability sampling with accidental sampling method. The respondents in this study were 97 respondents. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis. Data is processed using SPSS version 29. The results showed that the variables of advertising attractiveness, influencer marketing, online customer reviews, information quality, trust and convenience positively affect the purchase decisions of Bukalapak marketplace users.

Keywords: *advertising attractiveness, influencer marketing, online customer reviews, quality of information, trust, ease, and purchase decision.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN....	10
A. Telaah Pustaka.....	10
1. Keputusan Pembelian	10
2. Daya Tarik Iklan	13
3. <i>Influencer Marketing</i>	16
4. <i>Online Customer Review</i>	20
5. Kualitas Informasi.....	22
6. Kepercayaan.....	24
7. Kemudahan	27
B. Perumusan Model Penelitian.....	29
1. Penelitian Terdahulu	29

2. Perumusan Hipotesis.....	34
3. Kerangka Pemikiran	40
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	42
A. Metode Penelitian	42
B. Teknik Analisis Data	48
1. Uji Instrumen	49
2. Analisis Deskriptif	50
3. Uji Asumsi Klasik.....	52
4. Analisis Regresi Berganda.....	53
5. Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
1. Sejarah Singkat Perusahaan	57
2. Gambaran Umum Responden.....	59
B. Analisis Data Dan Pembahasan.....	62
1. Uji Instrumen	62
2. Analisis Deskriptif	64
3. Uji Asumsi Klasik.....	74
4. Analisis Regresi Linier Berganda	77
5. Uji Hipotesis	78
6. Pembahasan	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran	98
C. Keterbatasan Penelitian	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram pengguna internet di Indonesia.....	2
Gambar 2. Grafik top brand award dari tahun 2019-2023	4
Gambar 2 1. Kerangka Pemikiran	40

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 2. Keterangan Skor Jawaban Skala Likert	51
Tabel 3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4. Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	61
Tabel 5. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	62
Tabel 6. Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 8. Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	65
Tabel 9. Jawaban Responden Untuk Variabel Daya Tarik Iklan (X1).....	66
Tabel 10. Jawaban Responden Untuk Variabel Influencer Marketing (X2).....	67
Tabel 11. Jawaban Responden Untuk Variabel Online Customer Review (X3) ..	69
Tabel 12. Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Informasi (X4).....	70
Tabel 13. Jawaban Responden Untuk Variabel Kepercayaan (X5).....	71
Tabel 14. Jawaban Responden Untuk Variabel Kemudahan (X6)	73
Tabel 15. Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 16. Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 17. Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
Tabel 18. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
Tabel 19. Hasil Uji F.....	81
Tabel 20. Hasil Uji Koefisien Determinasi	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran 2. Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y)	114
Lampiran 3. Tabulasi Data Daya Tarik Iklan (X1)	117
Lampiran 4. Tabulasi Data Influencer Marketing (X1)	120
Lampiran 5. Tabulasi Data Online Customer Review	123
Lampiran 6. Tabulasi Data Kualitas Informasi	126
Lampiran 7. Tabulasi Data Kepercayaan	129
Lampiran 8. Tabulasi Data Kemudahan.....	132
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	135
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik Iklan	136
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel Influencer Marketing.....	137
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Variabel Online Customer Review	138
Lampiran 13. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi.....	139
Lampiran 14. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	140
Lampiran 15. Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan	141
Lampiran 16. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	142
Lampiran 17. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Daya Tarik Iklan.....	143
Lampiran 18. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Influencer Marketing.....	144
Lampiran 19. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Online Customer Review	145
Lampiran 20. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Informasi	146
Lampiran 21. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan	147
Lampiran 22. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan	148
Lampiran 23. Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	149
Lampiran 24. Hasil Uji Deskriptif Variabel Daya Tarik Iklan (X1).....	151
Lampiran 25. Hasil Uji Deskriptif Variabel Influencer Marketing (X2)	152
Lampiran 26. Hasil Uji Deskriptif Variabel Online Customer Review (X3).....	153
Lampiran 27. Hasil Uji Deskriptif Variabel Kualitas Informasi (X4)	155
Lampiran 28. Hasil Uji Deskriptif Variabel Kepercayaan (X5)	157
Lampiran 29. Hasil Uji Deskriptif Variabel Kemudahan (X6).....	158
Lampiran 30. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	160

Lampiran 31. Hasil Uji Normalitas Histogram dan Normal P-Plot.....	161
Lampiran 32. Hasil Uji Heteroskedastisitas metode Glejser dan Scatterplot	162
Lampiran 33. Hasil Uji Multikolinearitas	163
Lampiran 34. Hasil Uji Analisis Regresi linier Berganda.....	164
Lampiran 35. Lampiran Riwayat hidup Penulis	165