

**PENGARUH *INFLUENCER* MARKETING DAN *BRAND*
AWARENESS TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
MINUMAN ES TEH INDONESIA
DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Universitas Pendidikan Ganesha Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Menyelesaikan Program Sarjana Ekonomi



Oleh
Putu Eka Aprillia Herliana
NIM. 1917041199

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITA PENDIDIKAN GANESHA

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA EKONOMI

Menyetujui

Pembimbing I



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M
NIP.198207292010122003

Pembimbing II



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M
NIP.1985050420150042001

PERSETUJUAN PENGUJI

Skripsi oleh Putu Eka Aprillia Herliana
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal, 21 Februari 2023

Dewan Penguji,



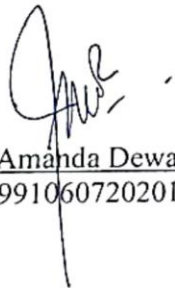
Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M
NIP. 198207292010122003

(Ketua)



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M
NIP. 1985050420150042001

(Anggota)



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M
NIP. 199106072020122017

(Anggota)

Diterima oleh panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

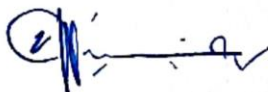
Pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 21 Februari 2023

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001



Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adi Yudianta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA
NIP. 197906162002121002

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Awareness* terhadap *Purchase Intention* Minuman Es Teh Indonesia di Kota Singaraja” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukannya adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini

Singaraja, 21 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Putu Eka Aprillia Herliana

NIM.1917041199

PRAKATA

Puji dan syukur yang penulis panjatkan ke hadapan Ida Shang Hyang Widhi Wasa/ Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Awareness* terhadap *Purchase Intention* Minuman Es Teh Indonesia di Kota Singaraja”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan yang baik ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ni Nyoman Yulianthini, S.E.,M.M selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi petunjuk bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Ni Made Dwi Ariani Mayasari,S.E.,M.M selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, motivasi bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Jurusan Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
8. Kedua orang tua penulis yaitu, Bapak I Made Putra Sentana dan Ibu Vitriya serta saudara-saudara penulis yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Made Riki Widiantara yang telah banyak senantiasa menemani, membantu serta memberikan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
10. Serta terima kasih kepada semua pihak yang secara sengaja maupun tidak sengaja telah membantu dalam proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan pengetahuan dibidang manajemen pemasaran

Singaraja, 1 Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKARTA.....	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
2.1 Deskripsi Teoritis	9
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Hubungan Antar Variabel	20
2.4 Kerangka Berfikir	22
2.5 Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	24

3.2 Rancangan Penelitian.....	24
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	25
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.6 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian	27
3.7 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	28
3.8 Metode dan Teknik Analisis Data.....	30
3.9 Uji Hipotesis.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Deskripsi Data	36
4.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	37
4.3 Pengujian Asumsi.....	40
4.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	45
4.5 Pengujian Hipotesis	46
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	48
BAB V PENUTUP	55
5.1 Rangkuman.....	55
5.3 Saran	56
DAFTAR RUJUKAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Perusahaan <i>Franchise</i> Terpopuler	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	16
Tabel 3.1 Variabel, Konsep Variabel, Indikator dan Skala Pengumpulan	27
Tabel 4.1 Deskripsi Data Responden.....	36
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	43
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi	45
Tabel 4.12 Uji F (Simultan)	46
Tabel 4.13 Uji t (Parsial).....	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	22



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01 Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 02 Tabulasi Data Responden	75
Lampiran 03 Hasil <i>Output</i> SPSS	91

