

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN
KUALITAS KONTEN *MARKETING* TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
PADA *PLATFORM* MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana
Manajemen**



**Oleh
NI KETUT YESITA PURNAMA
NIM 2017041010**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

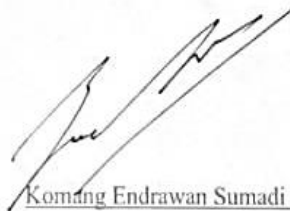
2024

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA MANAJEMEN**

Menyetujui

Pembimbing I,



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.

NIP.198602112019031005

Pembimbing II,

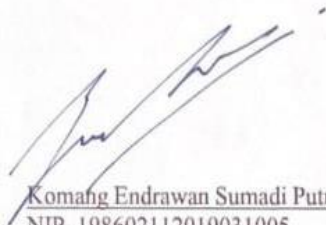


Rahutama Atidira, S.T., M.M.

NIP.198805032018031

Skripsi oleh Ni Ketut Yesita Purnama
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal: 03 Juli 2024

Dewan Penguji,



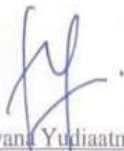
Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.
NIP. 198602112019031005

(Ketua)



Rahutama Atidira, S.T., M.M.
NIP. 198805032018031001

(Anggota)



Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc.
NIP. 197404122010121001

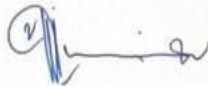
(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen
Pada:
Hari : Rabu
Tanggal : 03 Juli 2024

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



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



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

Mengeshakan

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Influencer Marketing* dan Kualitas Konten *Marketing* Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Pada Platform Media Sosial Instagram”. Beserta isinya adalah benar - benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan penipuan 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 ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya atau klaim terhadap karya saya.

Singaraja, 9 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Ni Ketut Yesita Purnama

Nim 2017041010

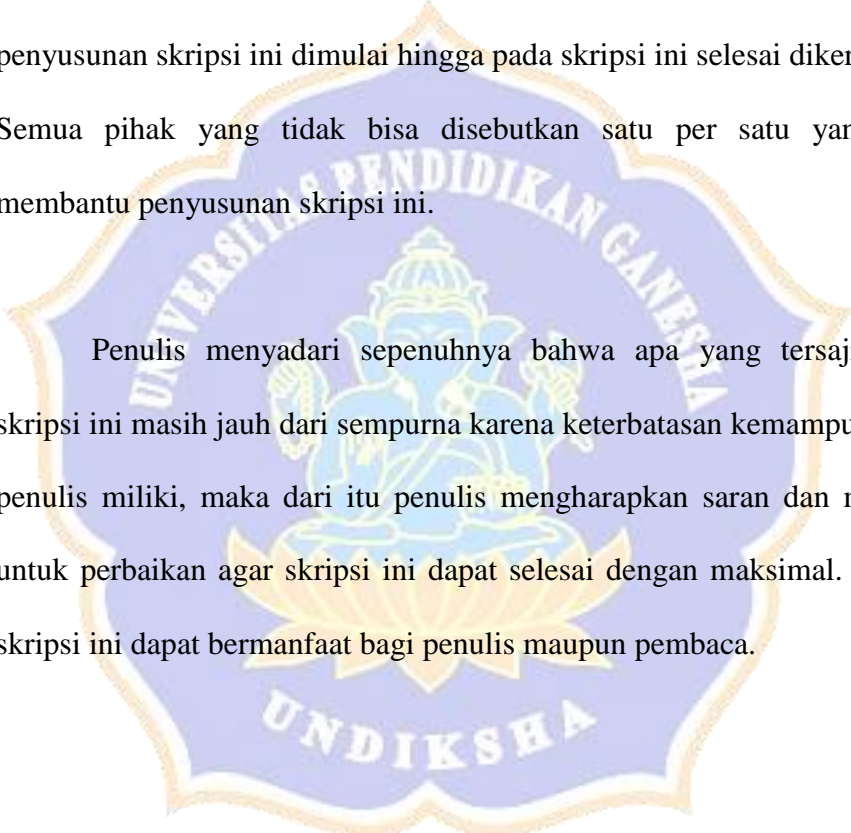
PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat Rahmat-Nya-lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Influencer Marketing* dan Kualitas Konten *Marketing* Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Pada *Platform* Media Sosial *Instagram*”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen Universitas Pendidikan Ganesha. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd. selaku rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi atas motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan studi sesuai dengan rencana.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A. selaku ketua jurusan Manajemen atas motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan studi sesuai dengan rencana.
4. Made Amanda Dewanti, S.E, M.M. selaku koordinator prodi SI Manajemen atas motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan studi sesuai dengan rencana.

5. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.M. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M. M. Selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Rahutama Atidira, S.T., M.M. Selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan juga motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc. selaku penelaah yang telah memberikan bimbingan, arahan petunjuk dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu Dosen, Kepala Tata usaha serta staf di Jurusan Manajemen yang selalu mendidik dan memberikan saran selama penulis belajar di Program Studi Manajemen.
10. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku yang dibutuhkan selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Masyarakat Kecamatan Buleleng yang telah bersedia menyempatkan waktunya untuk mengisi kuesioner sebagai kelengkapan data penelitian dan dukungan kepada penulis selama menyusun skripsi ini.

12. Kedua Orang tua tercinta, I Ketut Sukada dan Kadek Sariati serta keluarga yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan material, serta motivasi kepada penulis selama menyusun skripsi ini.
13. Komang Panca Ari Putra, yang turut serta memberikan motivasi dan dukungan semangat dalam menemani penulis menyelesaikan tugas akhir.
14. Teman seangkatan terkasih saya Putri Desmianty, yang sangat membantu penulis dalam memberikan semangat dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini dimulai hingga pada skripsi ini selesai dikerjakan.
15. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu penyusunan skripsi ini.



Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan masukan untuk perbaikan agar skripsi ini dapat selesai dengan maksimal. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

Singaraja, 03 Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKARTA.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	xi
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	8
1.3 Pembatasan Masalah Penelitian	8
1.4 Rumusan Masalah Penelitian:	9
1.5 Tujuan Penelitian:.....	9
1.6 Manfaat Hasil Penelitian:.....	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
2.1 Deskripsi Teori	11
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 <i>Influencer Marketing</i>	13
2.1.3 Kualitas Konten <i>Marketing</i>	15
2.2 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	17
2.3 Hubungan Antar Variabel	20
2.3.1 Hubungan Antar <i>Influencer Marketing</i> dan Kualitas Konten <i>Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.3.2 Hubungan <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3.3 Hubungan Kualitas Konten <i>Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	22

2.4 Kerangka Berfikir.....	23
2.5 Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.1.1 Tempat Penelitian.....	27
3.1.2 Waktu Penelitian.....	27
3.2 Rancangan Penelitian.....	28
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	29
3.4 Populasi dan Sampel.....	29
3.4.1 Populasi.....	29
3.4.2 Sampel.....	29
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.5.1 Instrumen Variabel Terikat.....	31
3.5.2 Instrumen Variabel Bebas.....	34
3.5.3 Instrumen Pemngumpulan Data.....	37
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data.....	38
3.6.1 Uji Instrumen.....	38
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
3.7 Hipotesis Statistik.....	42
BAB IV HASIL PEMBAHASAN.....	45
4.1 Deskripsi Data.....	46
4.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	49
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
4.2.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	55
4.3 Pengujian Hipotesis.....	56
4.3.1 Hubungan <i>Influencer Marketing</i> (X_1) dan Kualitas Konten <i>Marketing</i> (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	56

4.3.2 Hubungan <i>Influencer Marketing</i> (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	57
4.3.3 Hubungan Kualitas Konten <i>Marketing</i> (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	57
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	58
4.4.1 Hubungan <i>Influencer Marketing</i> (X_1) dan Kualitas Konten <i>Marketing</i>	58
(X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	58
4.4.2 Hubungan <i>Influencer Marketing</i> (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	66
4.4.3 Hubungan Kualitas Konten <i>Marketing</i> (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	72
4.5 Implikasi	79
 BAB V PENUTUP	 80
5.1 Rangkuman.....	82
5.2 Simpulan.....	83
5.3 Saran.....	84
 DAFTAR RUJUKAN	 86
LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

HALAMAN

Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk Hasil Sensus Menurut Kecamatan, 2010 & 2020.....	4
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Terikat	32
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Variabel Terikat	32
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Terikat 30 Sampel	33
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Terikat 30 Sampel.....	33
Tabel 3. 5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Bebas.....	34
Tabel 3. 6 Kisi-kisi Instrumen Variabel Bebas.....	35
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Bebas 30 Sampel	36
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Terikat 30 Bebas.....	36
Tabel 4. 1 Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 2 Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4. 3 Hasil Kuesioner Berdasarkan Status Pendidikan	47
Tabel 4. 4 Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Pekerjaan	48
Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner Berdasarkan Pendapatan.....	48
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas dengan Uji <i>Kolmogorof-smirnov</i>	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Glejser.....	52
Tabel 4. 9 Hasil Output SPSS Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	55

DAFTAR GAMBAR

HALAMAN

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Media Sosial Aktif di Provinsi Bali	1
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Media Sosial Instagram Bisnis di Buleleng.....	2
Gambar 1. 3 Media Sosial dengan Pengguna Media Promosi Terbanyak 2023	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	25
Gambar 4. 1 Grafik P-Plot Uji Normalitas.....	49
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik <i>Scaterplot</i>	52



DAFTAR LAMPIRAN

	HALAMAN
Lampiran. 1 Kuisisioner Penelitian	91
Lampiran. 2 Gambaran Responden Umum.....	94
Lampiran. 3 Tabulasi Data (Hasil Data Pernyataan Responden).....	101
Lampiran. 4 Tabulasi Data (Hasil Data Pernyataan Responden).....	103
Lampiran. 5 Hasil Output Perhitungan <i>SPSS for windows Versi 26.0</i>	108
Lampiran. 6 Hasil Output Perhitungan <i>SPSS for windows Versi 26.0</i>	112
Lampiran. 7 Hasil Perhitungan Output <i>SPSS for windows Versi 26.0</i>	115
Lampiran. 8 Frekuensi Tanggapan Responden	117
Lampiran. 9 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner.....	119

