

PENGARUH PENGGUNAAN INFLUENCER MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP NIAT BELI PADA UMKM SEKTOR KULINER DI SINGARAJA FOODCOURT

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



**Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik**

SKRIPSI

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

Menyetujui

Pembimbing I	Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. NIP.198602112019031005
Pembimbing II	Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. NIP.197611102014042001



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetak dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



**Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik**

Skripsi oleh IDA BAGUS PUTU MAHENDRA ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 21 Juli 2026

Dewan Penguji

Ketua	Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. NIP.196810291993032001
Anggota	Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. NIP.198602112019031005
Anggota	Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. NIP.197611102014042001



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



**Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik**

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen

Menyetujui

Ketua Ujian	Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. NIP.196810291993032001
Sekretaris Ujian	Made Amanda Dewanti, S.E.,M.M NIP.199106072020122017



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



**Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik**

SURAT PERNYATAAN

Saya dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *Influencer Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Niat Beli Pada UMKM Sektor Kuliner di Singaraja *Foodcourt*” adalah karya asli saya dan sepenuhnya milik saya. Saya menegaskan bahwa saya tidak melakukan plagiarisme atau mengutip dari sumber lain dengan cara yang melanggar norma etika yang berlaku di dunia akademik. Sehubungan dengan pernyataan ini, saya bersedia menerima segala bentuk sanksi atau konsekuensi yang dikenakan jika di masa depan ditemukan pelanggaran etika ilmiah dalam karya ini atau jika pihak lain mengajukan klaim mengenai keaslian karya saya.

Singaraja, 21 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



Ida Bagus Putu Mahendra

NIM. 2217041159

MOTTO

**“Jika Mimpimu Belum Ditertawakan, Maka Mimpimu Belum Cukup Besar
Untuk Diperjuangkan”**



KATA PERSEMBAHAN

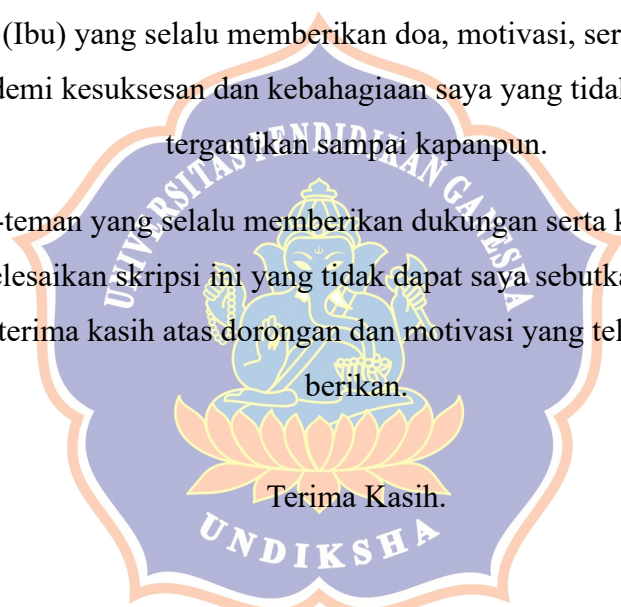
Puji syukur saya panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa atas anugrah dan karunia yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Kepada pembimbing Bapak Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E.,M.M. dan Ibu Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. serta penguji Ibu Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. yang selalu memberikan bimbingan, saran dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan mengantarkan saya pada kelulusan.

Kepada orang tua tercinta Ida Bagus Made Wisnawa (Ayah) dan Ni Nyoman Swartini (Ibu) yang selalu memberikan doa, motivasi, serta segala bentuk dukungan demi kesuksesan dan kebahagiaan saya yang tidak akan pernah bisa tergantikan sampai kapanpun.

Untuk teman-teman yang selalu memberikan dukungan serta kerja sama yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya ucapkan terima kasih atas dorongan dan motivasi yang telah kalian semua berikan.

Terima Kasih.



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan *Influencer Marketing* dan *Brand Image* terhadap Niat Beli pada UMKM Sektor Kuliner di Singaraja *Foodcourt*”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian karya ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha yang telah memberikan sarana dan prasarana penunjang serta menciptakan suasana akademik yang mendukung selama masa perkuliahan.
2. Bapak Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang telah berperan dalam memberikan dukungan serta kemudahan fasilitas selama penulis menempuh pendidikan.
3. Bapak Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A., selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan arahan selama menjalani proses studi.
4. Ibu Made Amanda Dewanti, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen yang telah membantu dan memfasilitasi berbagai kebutuhan akademik penulis.
5. Ibu Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M., selaku pembimbing akademik yang telah memberikan saran, dukungan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi.
6. Bapak Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang konstruktif dalam penyusunan skripsi ini.

7. Ibu Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si., selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran, koreksi, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi.
8. Ibu Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan berbagai masukan, kritik, dan evaluasi yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi ini.
9. Seluruh dosen di Program Studi S1 Manajemen yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan dan wawasan selama masa perkuliahan.
10. Seluruh staf dan pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang telah membantu kelancaran proses administrasi sejak awal perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.
11. Para pelaku UMKM serta pihak pengelola Singaraja Foodcourt yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
12. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dan meluangkan waktunya dalam pengisian kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran.

Singaraja, 20 April 2026

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	5
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
2.1 Niat Beli	9
2.1.1 Pengertian Niat Beli	9
2.1.2 Faktor-Faktor Niat Beli	9
2.1.3 Indikator Niat Beli	10
2.2 <i>Influencer Marketing</i>	10
2.2.1 Pengertian <i>Influencer Marketing</i>	10
2.2.2 Indikator <i>Influencer Marketing</i>	11
2.3 <i>Brand Image</i>	12
2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	12
2.3.2 Indikator <i>Brand Image</i>	13
2.4 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	13
2.5 Hubungan Antar Variabel	16
2.5.1 Hubungan <i>Influencer Marketing</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Niat Beli	16
2.5.2 Hubungan <i>Influencer Marketing</i> terhadap Niat Beli	17
2.5.3 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Niat Beli	18
2.6 Kerangka Berfikir	19
2.7 Hipotesis Penelitian	20

BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.2 Rancangan Penelitian	21
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.4 Metode Pengumpulan Data	23
3.4.1 Instrumen Variabel Terikat.....	24
3.4.2 Instrumen Variabel Bebas	27
3.5 Metode dan Teknik Analisis Data.....	31
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
3.6 Hipotesis Statistik.....	34
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	 37
4.1 Deskripsi Data	37
4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif	38
4.1.2 Analisis Karakteristik Responden.....	41
4.2 Pengujian Asumsi	44
4.2.1 Uji Normalitas.....	44
4.2.2 Uji Multikolinearitas.....	45
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	46
4.3 Uji Hipotesis.....	48
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
4.3.2 Uji F	49
4.3.3 Uji t	51
4.3.4 Analisis Koefisien Determinasi	52
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	53
4.4.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> dan <i>Brand Image</i> Terhadap Niat Beli	53
4.4.2 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Niat Beli	56
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Niat Beli	60
4.5 Implikasi	64
4.5.1 Implikasi Teoritis	64
4.5.2 Implikasi Praktis	65

BAB V PENUTUP.....	66
5.1 Ringkasan	66
5.2 Kesimpulan.....	67
5.3 Saran	68
5.3.1 Saran untuk Singaraja <i>Foodcourt</i>	68
5.3.2 Saran untuk Konsumen.....	70
5.3.3 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	70
DAFTAR RUJUKAN	72
LAMPIRAN.....	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan UMKM di Singaraja Foodcourt Maret s.d Mei 2025	2
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian.....	13
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Terikat	24
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel Terikat	25
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Terikat	26
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Terikat.....	27
Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel Bebas.....	28
Tabel 3.6 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel Bebas.....	28
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Bebas	30
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bebas	30
Tabel 4.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	38
Tabel 4.2 Uji Analisis Karakteristik Responden.....	41
Tabel 4.3 Uji Normalitas	45
Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4.5 Uji Glejser	47
Tabel 4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	48
Tabel 4.7 Uji F Simultan	50
Tabel 4.8 Uji t.....	51
Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi.....	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Penelitian.....	19
Gambar 4.1 Grafik <i>Scatterplot</i>	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Bukti <i>Influencer Marketing</i> Singaraja Foodcourt	78
Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara dengan Pedagang dan Pembeli	79
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 4. Identitas Responden.....	83
Lampiran 5. Tabulasi Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden	91
Lampiran 6. Tabulasi Data	94
Lampiran 7. Hasil Olah Data SPSS.....	102
Lampiran 8. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner.....	107

