



**PENGARUH *INFLUENCER*, HARGA DAN *WORD-OF-MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU SNEAKERS MELALUI MINAT BELI
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS
PERIODE 2021 YANG MEMAKAI SEPATU VENTELA)**

Oleh:

ILHAM FAHMI

NIM 201711027

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022**

**PENGARUH *INFLUENCER*, HARGA DAN *WORD-OF-MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SNEAKERS
MELALUIMINAT BELI
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS
PERIODE 2021 YANG MEMAKAI SEPATU VENTELA)**

ILHAM FAHMI

201711027


MANAJEMEN

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan
Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, Februari 2022

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I


Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.


Sutonno, SE.,MM., Ph.D

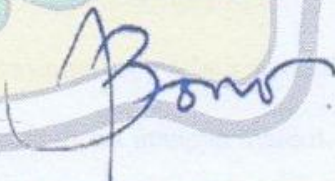
NIDN. 0628048702

NIDN. 0626017003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II


Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.


Agung Subono, SE, M.Si.

NIDN. 0616077304

NIDN. 0520017602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

إِنَّ اللَّهَ وَمَلَائِكَتَهُ يُصَلُّونَ عَلَى النَّبِيِّ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا صَلُّوا عَلَيْهِ وَسَلِّمُوا تَسْلِيمًا

Sesungguhnya Allah dan para malaikat-Nya bersalawat untuk Nabi. Wahai orang-orang yang beriman! Bersalawatlah kamu untuk Nabi dan ucapkanlah salam dengan penuh penghormatan kepadanya.

(Q,S AL-Ahzab:56)

Sempurnakanlah istiqomah duniamu dengan membaca sholawat

Sempurnakanlah ibadahmu dengan membaca sholawat

Sempurnakanlah do"‘a-do"‘amu dengan mendaraskan sholawat

Maka dijamin “ Mempunyai Kekayaan Dunia Melimpah, Mempunyai Do’a-Do’a

Yang Mustajab, Mempunyai Ilmu Banyak Yang Berguna Dan Bermanfaat”

(Kitab Dalailul Khoirot : 1)

Persembahan:

1. Kedua orang tua saya yang saya cintai dan sayangi yang selalu mendukung, mendoakan, memberikan semangat baik secara moral maupun materil.
2. Teman-teman saya yang telah mendukung serta membantu saya.
3. Almamater Universitas Muria Kudus.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT karena telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH *INFLUENCER*, HARGA DAN *WORD-OF-MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SNEAKERS MELALUI MINAT BELI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS PERIODE 2021 YANG MEMAKAI SEPATU VENTELA ”. Tujuan penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dari Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini dikarenakan keterbatasan dalam kemampuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis juga menyadari dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan kali ini perkenankan saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Sutono, SE., MM., Ph.D selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Agung Subono, S.E., M.Si. sebagai dosen pembimbing II yang telah membantu, mengarahkan dan membimbing penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengajar dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama perkuliahan hingga sampai saat ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan

banyak ilmu pengetahuan, wawasan, serta pengalaman khususnya pada bidang ilmu manajemen yang sangat bermanfaat.

8. Kedua orang tua saya yang telah senantiasa memberikan do'a, dukungan serta motivasi untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kiyai khoirudin selaku pengasuh ponpes dan guru rohaniyah sekalipun batianyah yang selalu membimbing dan mendoakan saya selama ini
10. Semua teman-teman di ponpes ITTIHADUL UMMAH JEKULO yang telah membantu serta mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Najatul himmah
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan dukungan dalam penulisan skripsi ini.

Kudus, Februari 2022

Peneliti

Ilham Fahmi

201711027

**PENGARUH *INFLUENCER*, HARGA DAN *WORD-OF-MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SNEAKERS
MELALUI MINAT BELI
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS PERIODE
2021 YANG MEMAKAI SEPATU VENTELA)**

ILHAM FAHMI

2017-11-027

Pembimbing: 1. Sutono, SE., MM., Ph.D
2. Agung Subono, SE., M.Si

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *influencer*, harga dan, *Word-of-mouth* terhadap keputusan pembelian melalui minat beli (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Muria Kudus periode 2021). Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini ialah semua mahasiswa Universitas Muria Kudus periode 2021 yang menggunakan sepatu Ventela. Sampel pada penelitian ini sebanyak 267 responden dengan penentuan jumlah sampel menggunakan metode rumus Slovin. Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner dengan online kuesioner dengan menyebarkan kuesioner kepada semua mahasiswa Universitas Muria Kudus periode 2021 yang menggunakan sepatu Ventela. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah menggunakan analisis data SEM melalui program AMOS 24. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa *influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, *Word-of-mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, *influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *Word-of-mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Influencer*, Harga, *Word-of-mouth*, Minat beli, Keputusan pembelian

***THE EFFECT OF INFLUENCER, PRICE AND WORD-OF-MOUTH ON
PURCHASE DECISION SNEAKERS SHOES THROUGH BUYING
INTEREST***

***(CASE STUDY ON COLLEGE STUDENT MURIA KUDUS UNIVERSITY
PERIOD 2021 WEARING VENTELA SHOES)***

ILHAM FAHMI

2017-11-027

Pembimbing: 1. Sutono, SE., MM., Ph.D

2. Agung Subono, SE., M.Si

**MURIA KUDUS UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

ABSTRACT

. The purpose of this study was to analyze the influence of influencers, prices and word-of-mouth on purchasing decisions through buying interest (a case study on students at Muria Kudus University for the period 2021). In this study using quantitative methods. The population in this study were all students of Muria Kudus University for the 2021 period who used Ventela shoes. The sample in this study was 267 respondents with the determination of the number of samples using the Slovin formula method. Data collection in this study was using a questionnaire with an online questionnaire by distributing questionnaires to all students of Muria Kudus University for the 2021 period who used Ventela shoes. The data analysis technique in this study is using SEM data analysis through the AMOS 24 program. The results in this study indicate that influencers have a positive and significant effect on buying interest, price has a positive and significant effect on buying interest, word-of-mouth has a positive and significant effect on buying interest, influencer has a positive and significant effect on purchasing decisions, price has a positive and significant effect on purchasing decisions, word-of-mouth has a positive and significant effect on purchasing decisions, buying interest has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keyword: Influencer, Price, Word-of-mouth, Buying interest, purchase decision

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	12
1.5.2. Manfaat Praktis.....	12
BAB II	13
2.1 Keputusan Pembelian.....	13
2.2 Minat Beli	15
2.3 Influencer	18
2.4 Harga.....	20
2.5 Word-of-mouth	21
2.6 Pengaruh antar Variabel.....	23
2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu	34
2.8 Definisi Konseptual Variabel.....	41
Gambar 2.1	43
2.9 Hipotesis Penelitian	44
BAB III.....	47
3.1 Rancangan Penelitian.....	47
3.2 Definisi Operasional	47
3.2.1 Variabel <i>Influencer</i>	48
3.2.2 Variabel Harga.....	49
3.2.3 Variabel Word-of-mouth.....	50
3.2.4 Variabel Minat Beli.....	51
3.2.5 Keputusan Pembelian	53

3.3	Jenis dan Sumber Data.....	54
3.3.1	Jenis Data	54
3.3.1	Sumber Data	54
3.4	Populasi dan Sampel.....	56
3.3.2	Populasi.....	56
3.3.3	Sampel.....	56
3.5	Pengumpulan data.....	58
	Skala Likert	59
3.5.1	Uji instrument penelitian.....	60
3.6	Pengolahan data	64
3.7	Analisis Data.....	65
	BAB IV.....	76
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	76
4.1.1	Gambaran Umum Sepatu <i>Sneakers</i> Merek Ventela.....	76
4.2	Penyajian Data	78
4.2.1	Deskripsi Responden.....	78
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel	79
4.2.3	Influencer	79
4.3	Uji Instrumen	84
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	84
4.4	Analisis Data.....	86
4.4.1	Evaluasi atas Asumsi-Asumsi SEM.....	86
4.4.2	Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	90
4.4.3	Analisis Full Measurement	100
4.4.4	Analisis Structural Equation Modelling (SEM) atau Full Model	101
4.4.5	Uji Kausalitas (<i>Regression Weight</i>)	103
4.5	Pengujian Hipotesis	108
4.5.1	Pengaruh Langsung.....	108
4.5.2	Besarnya Total Pengaruh	112
4.6	Pembahasan.....	114
4.6.1	Pengaruh <i>Influencer</i> Terhadap Keputusan pembelian	114
4.6.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian	116
4.6.3	Pengaruh <i>Word of mouth</i> Terhadap Keputusan pembelian.....	117
4.6.4	Pengaruh <i>Influencer</i> Terhadap Minat beli.....	119
4.6.5	Pengaruh Harga Terhadap Minat beli	121

4.6.6	Pengaruh <i>Word of mouth</i> Terhadap Minat beli	123
4.6.7	Pengaruh Minat beli Terhadap Keputusan pembelian	124
4.6.8	Pengaruh <i>Influencer</i> Terhadap Keputusan pembelian Melalui Minat beli..	126
4.6.9	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian Melalui Minat beli	127
4.6.10	Pengaruh <i>Word of mouth</i> Terhadap Keputusan pembelian Melalui Minat beli 127	
BAB V	129
5.1	Kesimpulan	129
5.2	Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	132



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pencarian sepatu lokal Periode (Januari – April 2021)	6
Tabel 3.1 Indikator Penelitian.....	59
Tabel 3.2 Penelitian Sampel.....	61
Tabel 3.3 Skala Likert	63
Tabel 3.4 Tabel Goodness of Fit	77
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	82
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel <i>Influencer</i>	84
Tabel 4.3 Frekuensi Variabel Harga	84
Tabel 4.4 Frekuensi Variabel Word of mouth	85
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Minat Beli	86
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	86
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Construct Reliability dan Variance Extracted.....	87
Tabel 4.8 Discriminant Validity.....	89
Tabel 4.9 Uji Normalitas Data	90
Tabel 4.10 Uji Outliers.....	91
Tabel 4.11 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Eksogen Sebelum.....	94
Tabel 4.12 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Eksogen.....	95
Tabel 4.13 Loading Factors Pengukuran Variabel Eksogen.....	96
Tabel 4.14 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Endogen (Y) Sebelum.....	98
Tabel 4.15 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Endogen (Y).....	99
Tabel 4.16 Loading Factors (λ) Pengukuran Variabel Endogen (Y)	100
Tabel 4.17 Pengujian Kesesuaian Analisis Full Measurement	102
Tabel 4.18 Pengujian Kesesuaian Analisis Structural Equation Modelling	104
Tabel 4.19 Regression Weights.....	105
Tabel 4.20 Standarized Regression Weight	105
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi (Squared Multiple Correlation).....	107
Tabel 4.22 Hasil Regression Weight.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pengaruh <i>Influencer</i> , <i>Price</i> , dan <i>Word-of-mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela melalui Minat Beli (Studi Kasus pada Mahasiswa UMK Periode 2021)	43
Gambar 4.1. Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	93
Gambar 4.2. Variabel Eksogen Setelah Perbaikan.....	95
Gambar 4.3. Variabel Endogen Sebelum Perbaikan.....	97
Gambar 4.4. Variabel Endogen Setelah Perbaikan	99
Gambar 4.5 Analisis Full Measurement.....	101
Gambar 4.6 Analisis Full Model.....	103



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian	132
Lampiran 2 Data Hasil Kuosioner Responden.....	139
Lampiran 3 Frekuensi Data.....	144
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	149
Lampiran 5 Hasil Analisis.....	151

