

SKRIPSI



**ANALISIS PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN BRAND
IMAGE TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE AVOSKIN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN
SKINCARE AVOSKIN DI MARKETPLACE SHOPEE)**

Oleh :

RESTI SALSA BILA AZZAHRA

201811295

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**ANALISIS PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN BRAND
IMAGE TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE AVOSKIN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN
SKINCARE AVOSKIN DI MARKETPLACE SHOPEE)**

Oleh :
RESTI SALSA BILA AZZAHRA
201811295

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

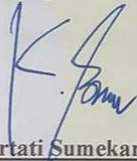
**ANALISIS PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN BRAND
IMAGE TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE AVOSKIN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN
SKINCARE AVOSKIN DI MARKETPLACE SHOPEE)**

Nama : Resti Salsa Bila Azzahra
NIM : 201811295
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,

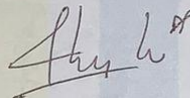
Pembimbing 1



Dr. Kertati Sumekar, SE, MM.

NIDN. 0616077304

Pembimbing 2



Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M

NIDN. 0610057804

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M

NIDN. 0024037701

**ANALISIS PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN BRAND
IMAGE TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE AVOSKIN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN
SKINCARE AVOSKIN DI MARKETPLACE SHOPEE)**


Nama : Resti Salsa Bila Azzahra
NIM : 201811295
Program Studi : Manajemen

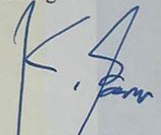
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Pembimbing I



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.
NIDN. 0024037701

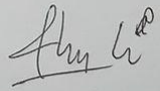

Dr. Kertati Sumekar, SE, MM.
NIDN. 0616077304

Mengetahui,

Pembimbing II




Dr. Kertati Sumekar, SE, MM.
NIDN. 0616077304


Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M.
NIDN. 0610057804

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

لا يكلف الله نفساً إلا وسعها

“Allah tidak membebani seseorang diluar kemampuannya” (Al-Baqarah: 286)

Persembahan :

1. Kedua orang tua saya yang senantiasa memberikan kasih sayang dan dukungan baik materi maupun do'a sehingga segala hambatan dapat dilalui dengan lancar.
2. Keluarga dan teman terdekat yang senantiasa mendukung saya.
3. Teman-teman seperjuangan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2018
4. Almamater Universitas Muria Kudus.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala Puji bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada kita semua. Tak lupa sholawat serta salam saya haturkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan kita sebagai umatnya. Atas izin Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE AVOSKIN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN SKINCARE AVOSKIN DI MARKETPLACE SHOPEE)”** penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dengan hormat penulis ingin 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 Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing 1 yang memberikan banyak pengarahan dan bimbingan selama penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing 2 yang memberikan banyak pengarahan dan bimbingan selama penulis dalam

menyelesaikan skripsi.

6. Bapak dan Ibu Dosen selaku staff pengajar yang telah membimbing dan memberikan ilmu selama kuliah berlangsung.
7. Terimakasih untuk kedua orang tua dan adik-adik yang turut serta memberikan semangat dan doa, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman yang senantiasa memberikan semangat kepada penulis.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis, semoga skripsi ini bisa bermanfaat dan dapat dijadikan bahan referensi dan tambahan wawasan bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Kudus, 06 Desember 2023

Penulis



Resti Salsa Bila Azzahra

201811295

ANALISIS PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE AVOSKIN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN SKINCARE AVOSKIN DI MARKETPLACE SHOPEE)

Resti Salsa Bila Azzahra

2018-11-295

Dosen Pembimbing 1 : Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.,

Dosen Pembimbing 2 : Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M.,

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Influencer Marketing*, *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli, objek penelitian ini adalah *marketplace* Shopee yang menjual produk skincare Avoskin. Populasi pada penelitian tidak diketahui, sampel yang diambil sebanyak 120 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara menyebar kuesioner melalui *google form*. Sedangkan uji instrument menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan SEM-AMOS. Hasil pada penelitian ini menunjukkan dan menyimpulkan bahwa *influencer marketing* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. *Influencer marketing* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Minat Beli tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Saran pada penelitian ini adalah Avoskin lebih memperhatikan *influencer marketing* dan *brand image* yang disajikan supaya dapat memaksimalkan adanya Minat Beli yang baik dan keputusan pembelian dari calon konsumen atau konsumen Avoskin.

Kata kunci : *Influencer Marketing*, *Brand Image*, Minat Beli, keputusan pembelian

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF MARKETING INFLUENCERS AND
BRAND IMAGE ON INTENTION TO BUY AND PURCHASE DECISIONS
OF AVOSKIN SKINCARE PRODUCTS (CASE STUDY OF AVOSKIN
SKINCARE CONSUMER IN SHOPEE MARKETPLACE)**

Resti Salsa Bila Azzahra

2018-11-295

Dosen Pembimbing 1 : Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.,

Dosen Pembimbing 2 : Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M.,

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN



ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the influence of Influencer Marketing, Brand Image on Purchase Decisions through Purchase Interest, the object of this research is the Shopee marketplace which sells Avoskin skincare products. The population in the study is unknown, the sample taken was 120 respondents. The data used in this research was by distributing questionnaires via Google Form. Meanwhile, the instrument test uses a reliability test and validity test. The analytical tool in this research uses SEM-AMOS. The results of this research show and conclude that influencer marketing and brand image have a positive and significant effect on Purchase Interest. Influencer marketing and brand image have a positive and significant influence on purchasing decisions. Purchase Interest has no influence on Purchase Decisions. The suggestion in this research is that Avoskin pays more attention to influencer marketing and the brand image presented so that it can maximize good buying interest and purchasing decisions from potential consumers or Avoskin consumers.

Keywords: Advertising Effectiveness, Sales Promotion, Brand Reputation, Purchase Decision

DAFTAR ISI

Hal

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Ruang Lingkup	Error! Bookmark not defined.
1.3 Perumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 <i>Consumer Behavior</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pengertian <i>Consumer Behavior</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Teori <i>Consumer Behavior</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Hubungan Antara Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran....	Error! Bookmark not defined.
2.2 <i>Influencer Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pengertian <i>Influencer Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Faktor-faktor untuk Memilih <i>Influencer</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Indikator <i>Influencer Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3 <i>Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli....	Error! Bookmark not defined.

2.3.3 Indikator <i>Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
2.4 Minat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.1 Pengertian Minat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.2 Faktor-faktor Pengaruh Minat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.3 Indikator Minat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
2.5 Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.5.2 Faktor-Faktor Pengaruh Keputusan Pembelian ...	Error! Bookmark not defined.
2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.6 <i>Marketplace</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6.1 Pengertian <i>Marketplace</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6.2 Kelebihan dan Kekurangan <i>Marketplace</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6.3 Jenis-jenis <i>Marketplace</i>	Error! Bookmark not defined.
2.7 Pengaruh Antar Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
2.7.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Minat Beli ..	Error! Bookmark not defined.
2.7.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
2.7.3 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian ..	Error! Bookmark not defined.
2.7.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.7.5 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.7.6 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Minat Beli melalui Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.7.7 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli melalui Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
2.7.1 Perumusan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Rancangan Penelitian	Error! Bookmark not defined.

3.2 Definisi Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Variabel Eksogen	Error! Bookmark not defined.
3.2.1.1 <i>Influencer Marketing</i> (X ₁).....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1.2 <i>Brand Image</i> (X ₂).....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Variabel Endogen (Keputusan Pembelian / Y ₂)	Error! Bookmark not defined.
3.2.3 Variabel Intervening (Minat Beli / Y ₁)	Error! Bookmark not defined.
3.3 Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Jenis Data	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.4 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.5 Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Pengolahan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1.1 Editing	Error! Bookmark not defined.
3.5.1.2 Skala Pengukuran.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1 Skala Pengukuran	Error! Bookmark not defined.
3.5.1.3 Tabulating	Error! Bookmark not defined.
3.5.1.4 Input Data ke Komputer.....	Error! Bookmark not defined.
3.6 Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)	Error! Bookmark not defined.
3.6.1 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.6.2 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.7 Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.7.1 Tahapan Analisis Permodelan dan Persamaan Structural.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Profil Perusahaan Avoskin.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Karakteristik Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Deskriptif Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.4 Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)	Error! Bookmark not defined.

4.1.5 Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.6 Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.6.1 Analisis Structural Equation Modelling (SEM) ...	Error! Bookmark not defined.
4.1.6.2 Pengujian Konfirmatori Variabel Eksogen ...	Error! Bookmark not defined.
4.1.6.3 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	Error! Bookmark not defined.
4.1.6.4 Pengujian Konfirmatori Variabel Endogen...	Error! Bookmark not defined.
4.1.6.5 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	Error! Bookmark not defined.
4.1.7 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.1.9.1 Besarnya <i>Direct</i> dan Pengaruh <i>Indirect</i>	Error! Bookmark not defined.
4.1.9.2 Uji Mediasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian ..	Error! Bookmark not defined.
4.2.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.5 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4.2.6 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
4.2.7 Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V.....	Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN & SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN-LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 3.1 Skala Pengukuran	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.2 Parameter Validitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.3 Tabel Indeks <i>Goodness-of-fit</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2 Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel <i>Influencer Marketing</i> (X1) ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i> (X2) ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y1)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y2)..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.9 Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.10 Uji Model <i>Goodness Of Fit Full Model SEM</i> ...	Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.11 Uji Model *Goodness Of Fit* Variabel Eksogen ...Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.12 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen..Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.13 *Standardize* Variabel EksogenError! Bookmark not defined.

Tabel 4.14 Uji Model *Goodness Of Fit* Variabel Endogen..Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.15 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen.Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.16 *Standardize* Variabel EndogenError! Bookmark not defined.

Tabel 4.17 Uji HipotesisError! Bookmark not defined.

Tabel 4.18 Hasil *Direct Effect*Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.19 Hasil Estimaasi *Indirect Effect* dan *Total Effect*Error! Bookmark not defined.



DAFTAR GAMBAR

Hal

Gambar 1.1 Data Platform E-Commerce Pilihan Masyarakat Indonesia Tahun 2022Error! Bookmark not defined.

Gambar 1.2 Data 5 E-Commerce dengan Jumlah Kunjungan Situs Terbanyak di Indonesia Tahun 2022Error! Bookmark not defined.

Gambar 1.3 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce Bulan April-Juni 2022.....Error! Bookmark not defined.

Gambar 2.1 Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Error! Bookmark not defined.

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis.....41

Gambar 3.1 Kerangka SEM dalam AMOS.....Error! Bookmark not defined.

Gambar 4.1 Logo Avoskin.....Error! Bookmark not defined.

Gambar 4.2 Pengujian *Full Model* SEM Sebelum Perbaikan .Error! Bookmark not defined.

Gambar 4.3 Pengujian *Full Model* SEM Setelah Penyesuaian Error! Bookmark not defined.

Gambar 4.4 Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan.....Error! Bookmark not defined.

Gambar 4.5 Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah PerbaikanError! Bookmark not defined.

Gambar 4.6 Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum PerbaikanError! Bookmark not defined.

Gambar 4.7 Pengujian Konfirmatori Endogen Setelah PerbaikanError! Bookmark not defined.

