

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi Kasus pada Produk Scarlett Whittening Body Lotion di Instagram)

Disusun Oleh :
Aulia Fayza Ulaya
C1190148

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen
Konsentrasi Manajemen Pemasaran

Dosen Pembimbing :
Drs. Deddy Supriyadi, M.Sc.



**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA**

2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Influencer Marketing* terhadap Keputusan
Pembelian dengan *Brand Image* sebagai Variabel
Mediasi
(Studi Kasus pada Produk Sarlett Whittening Body
Lotion di Instagram)

Nama : Aulia Fayza Ulaya

NRP : C1190148

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyetujui dan Mengesahkan

Pembimbing



Drs. Deddy Supriyadi, M.Sc

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi
Sarjana Manajemen



Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si



Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

RIWAYAT HIDUP



Aulia Fayza Ulaya, lahir pada tanggal 23 Agustus 2000 di Garut, Jawa Barat. Merupakan anak pertama dari dua bersaudara, putri dari pasangan suami dan istri, Supiyanto dan Susi Trisnawati. Saat ini peneliti bertempat tinggal di Perumahan Panorama Jatinangor, Tanjungsari, Sumedang.

Peneliti menyelesaikan pendidikan di TK Panorama pada tahun 2006, lalu di SDN 1 Tanjungsari pada tahun 2012, kemudian di SMPN 2 Tanjungsari hingga tahun 2015, setelah lulus kemudian melanjutkan kembali pendidikan ke tingkat SMA di SMAN Tanjungsari dan lulus pada tahun 2018. Pada 2019 peneliti diterima sebagai mahasiswi program studi Manajemen di Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) yang telah berubah menjadi Universitas Koperasi Indonesia atau lebih dikenal dengan IKOPIN University.

Selama menjadi mahasiswi di IKOPIN University, peneliti telah mengikuti beberapa kegiatan, yaitu: menjadi salah satu staff muda BEM KM IKOPIN departemen Media Komunikasi dan Informasi, kemudian tergabung dalam UKM English Club of Ikopin University (ECI) yang diberi amanah sebagai anggota di divisi sumber daya manusia selama tiga periode.

ABSTRACT

Aulia Fayza Ulaya, 2023. *The Effect of Influencer marketing on Purchase Decisions with Brand image as a Mediation Variable. Case Study on Scarlett Whitening Body Lotion Products on Instagram. Under the guidance of Deddy Supriyadi.*

The increased use of the internet has made consumers smarter in terms of preferences and purchases. Increased use of digital platforms such as social media and many brands in certain product categories entering the market through various platforms. This makes it nearly impossible for brands to stand out in such fierce competition. Therefore, brands are now turning to influencer marketing. The purpose of this research is intended to analyze how the Influencer marketing strategies employed by Scarlett Whitening Body Lotion affect the purchasing decisions and to determine the extent of the brand image's impact created by it.

The method used in this research is quantitative with a questionnaire. The population of this study consists of Scarlett Whitening Body Lotion consumers on Instagram, with a sample of 100 respondents using a purposive sampling method. Data analysis was conducted using path analysis with the SPSS 26 version.

The results of this study indicate that: (1) There is a significant positive influence of influencer marketing on brand image. (2) There is a significant positive influence of brand image on purchase decisions. (3) Brand image is unable to mediate the effect of influencer marketing on purchasing decisions.

Keywords: Influencer Marketing, Brand Image, Purchase Decisions

IKOPIN
University

ABSTRAK

Aulia Fayza Ulaya, 2023. Pengaruh *Influencer marketing* terhadap Keputusan Pembelian dengan *Brand image* sebagai Variabel Mediasi. Studi Kasus pada Produk Scarlett Whitening Body Lotion di Instagram. Dibawah bimbingan Deddy Supriyadi.

Peningkatan penggunaan internet membuat konsumen menjadi lebih pintar dalam hal preferensi dan pembelian. Peningkatan penggunaan platform digital seperti media sosial dan banyak merek dalam kategori produk tertentu yang memasuki pasar melalui berbagai platform. Hal ini membuat hampir tidak mungkin bagi merek untuk menonjol dalam persaingan yang begitu ketat. Karenanya, merek sekarang beralih ke pemasaran menggunakan *Influencer*.

Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis bagaimana strategi *Influencer marketing* yang dilakukan oleh produk Scarlett Whitening Body Lotion, sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruh *brand image* yang diciptakannya dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan kuisioner. Populasinya ialah konsumen Scarlett Whitening Body Lotion di Instagram dengan sample sebanyak 100 responden, dengan metode pengambilan sampel purposive sampling. Analisis data yang digunakan menggunakan analisis jalur (*path analisis*) dengan aplikasi SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Ada pengaruh signifikan positif antara *influencer marketing* terhadap *brand image*. (2) Ada pengaruh signifikan positif antara *brand image* terhadap keputusan pembelian. (3) *Brand image* tidak mampu memediasi pengaruh *influencer marketing* terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Influencer marketing, Brand image, Keputusan Pembelian*

IKOPIN
University

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat-sahabatnya, dan seluruh umatnya, agar kita dapat senantiasa menjalankan syariat-syariatnya.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Konsentrasi Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Universitas Koperasi Indonesia (IKOPIN University), dengan judul “Pengaruh *Influencer marketing* terhadap Keputusan Pembelian dengan *Brand image* sebagai Variabel Mediasi” (Studi Kasus pada Produk Scarlett Whittening Body Lotion di Instagram).

Penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Deddy Supriyadi, M.Sc, selaku dosen Pembimbing, yang telah memberikan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran demi kesempurnaan skripsi ini.
2. Bapak Heri Nugraha, S.E., M.Si, selaku dosen penguji konsentrasi, yang telah memberikan masukan, arahan, dan nasihat kepada penulis.

3. Ibu Dra. Ucu Nurwati, M.Si, selaku dosen penguji koperasi, yang telah memberikan masukan, arahan, dan nasihat kepada penulis.
4. Bapak H. Iwan Mulyana, S.E., M.Si, selaku dosen wali.
5. Ibu Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si, selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen.
6. Bapak Heri Nugraha, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Bapak Prof. Ir. Agus Pakpahan, M.S., Ph.D, selaku Rektor Universitas Koperasi Indonesia.
8. Yang terhormat, Bapak/Ibu Dosen Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat serta didikannya selama masa perkuliahan.
9. Yang terhormat, seluruh staff serta karyawan Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan pelayanan dengan baik selama perkuliahan maupun dalam penyusunan skripsi.
10. Untuk diri saya sendiri, terima kasih atas dedikasi, usaha, dan tekad yang telah saya tanamkan dalam proses penyusunan skripsi ini.
11. Kepada keluargaku, tidak ada kata yang dapat cukup menggambarkan rasa terima kasih yang dalam kepada Ayah, Ibu, dan Adikku. Ayah dan Ibu, terima kasih atas dukungan, doa, dan cinta kasih yang tak pernah berhenti mengalir. Kalian adalah tiang penopang dalam hidupku, dan penyelesaian skripsi ini tidak mungkin terjadi tanpa kehadiran dan inspirasi kalian. Adikku, terima kasih atas kesabaran dan dukunganmu yang luar biasa.

12. Kepada sahabat-sahabatku dalam Cherrybelle; Anisa Asmarani, Indah Yulianti, Nisa Saputri, Nuzulul Fazri, Juwita Rhomdoni, Alya Sophia, Nida Fauzia, dan Putri Fatma. Terimakasih tak terhingga atas dukungan, semangat, dan tawa yang kalian berikan baik selama perkuliahan maupun dalam perjalanan penyusunan skripsi ini.

13. Terimakasih tulus kepada teman-teman kelompok praktek lapang; Deni N, Arista A, Nova S, dan Eryna N, atas kerjasama, bimbingan, dan wawasan yang diberikan, kalian sudah memainkan peran penting dalam perjalanan akademik saya.

14. Serta semua pihak yang telah membantu proses penulisan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna. Oleh karena itu, sangat diperlukan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaikinya. Dengan rendah hati, penulis berdoa agar Allah SWT memberikan balasan yang baik kepada mereka yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat kepada semua yang terlibat.

IKOPIN
University

Jatinangor, 17 Agustus 2023

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	9
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoretis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II PENDEKATAN MASALAH, KERANGKA PIKIR, HIPOTESIS DAN METODE PENELITIAN	10
2.1 Pendekatan Masalah, Kerangka Pikir, Hipotesis	10
2.1.1 Pendekatan Masalah.....	10
2.1.2 Kerangka Pikir	26
2.1.3 Hipotesis.....	27
2.2 Metode Penelitian.....	27
2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan	27
2.2.2 Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel).....	28
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukan Sumber Data	31

2.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
2.2.5 Analisis Data dan Uji Hipotesis	35
2.2.6 Tempat/Lokasi Penelitian.....	44
2.2.7 Jadwal Penelitian.....	44
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	45
3.1 Profil Scarlett Whitening.....	45
3.2 Sejarah Singkat Scarlett Whitening	45
3.3 Sejarah Perusahaan Induk Scarlett Whitening	46
3.4 Layanan Scarlett Whitening	48
3.5 Profil Influencer Scarlett Whitening.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Identitas Responden.....	55
4.2 Hasil Analisis Data	56
4.3 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap <i>Brand Image</i> pada Konsumen Produk Scarlett Whitening Body Lotion.	68
4.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk Scarlett Whitening Body Lotion.	69
4.5 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh <i>Brand Image</i> pada Konsumen Produk Scarlett Whitening Body Lotion.....	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Simpulan	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Kuisioner Pra-survei	7
Tabel 2. 1 Operasionalisasi Variabel	30
Tabel 2. 2 Skala Pengukuran.....	35
Tabel 4. 1 Identitas Responden	55
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolonieritas	60
Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62
Tabel 4. 8 Hasil Uji Statistik F.....	63
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Jalur Persamaan Regresi 1	64
Tabel 4. 10 Hasil Nilai R Square 1.....	64
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Jalur Persamaan Regresi 2	65
Tabel 4. 12 Hasil Nilai R Square 2.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Keadaan Digital di Indonesia pada Tahun 2023	1
Gambar 1. 2 Profil Akun Instagram Scarlett Whitening.....	5
Gambar 1. 3 Instagram Story Tasya Farasya	6
Gambar 1. 4 Hasil Kuisioner Pra-survei	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	26
Gambar 3. 1 Logo Scarlett Whitening	45
Gambar 3. 2 Tampilan Website Scarlett WHitening	48
Gambar 3. 3 Tampilan Akun Instagram Scarlett Whitening.....	49
Gambar 3. 4 Tampilan Akun Tiktok Scarlett Whitening	50
Gambar 3. 5 Tampilan profil Scarlett Whitening pada e-commerce Shopee	52
Gambar 3. 6 <i>Beauty Influencer</i> Tasya Farasya	53
Gambar 4. 1 Model Analisis Jalur.....	66

IKOPIN
University

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra-Survei	77
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian	78
Lampiran 3 Hasil Pra-Survei.....	82
Lampiran 4 Tabulasi Data.....	83
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	92
Lampiran 6 Hasil Uji Realibilitas.....	95
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	96
Lampiran 8 Hasil Uji Model	99
Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Jalur.....	100

IKOPIN
University