

**PENGARUH *INFLUENCER* MARKETING DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KECANTIKAN SKINTIFIC DI KOTA PASURUAN**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Disusun oleh :

RAGILIA RAHMAWATI

NPM : 2061201002910



UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN

FAKULTAS EKONOMI

2024

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ragilia Rahmawati
Nomor Pokok Mahasiswa : 2061201002910
Universitas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Image* Terhadap
Keputusan Pembelian Produk Kecantikan
Skintific di Kota Pasuruan.

Pasuruan, 06 Juli 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA

Dosen Pembimbing I



(Dra. Sri Hastari, M.M.)

Dosen Pembimbing II



(Dr. Dwita Laksmi R. S.S., M.Li.)

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM)

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

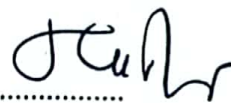
Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 6 Juli 2024

TIM PENGUJI


1. Dr. Eva Mufidah, S.AB., MM

1. Ketua.....

2. Dra. Sri Hastari, M.M.

2. Sekretaris.....

3. Dr. Dwita Laksmi R. S.S., M.Li.

3. Anggota.....

Pengesahan

Fakultas Ekonomi

Universitas Merdeka Pasuruan


Dekan

Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Ragilia Rahawati

Nomor Pokok Mahasiswa : 2061201002910

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat, Tanggal Lahir : Pasuruan, 06 Juni 2001

Alamat : Kedawung Kulon, Adirogo Gang
Manggis Kec grati Kab. pasuruan

Nama Orang Tua

Ayah : Suwartejo

Ibu : Siti Zazilah

Riwayat Pendidikan

1. SDN Kedawung Kulon 1 : Tahun 2007 - 2013
2. MTsN Kota Pasuruan : Tahun 2013 - 2016
3. SMAN 4 Kota Pasuruan : Tahun 2016 - 2019
4. Terdaftar sebagai Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan Tahun 2020

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ragilia Rahmawati
Agama : Islam
Alamat Rumah : Kedawung Kulon, Adirogo Gang Manggis
Kec. Grati Kab. Pasuruan

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Skintifi di Kota Pasuruan” adalah hasil kerja tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, thesis ataupun disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang kami tulis adalah hasil plagiat maka kami bersedia menerima sangsi.

Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan kelembagaan Fakultas Ekonomi Univesitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 06 Juli 2024



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas ridhonya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Skintific di Kota Pasuruan**”. Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Merdeka Pasuruan.

Penulis meyakini sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat tersusun. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan dan kesabaran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian dengan tepat waktu serta memberikan kelancaran dalam proses penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Ir. Sulistyawati M.P. selaku Rektor Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Merdeka Pasuruan.
3. Ibu Dra. Sri Hastari, MM. selaku dosen pembimbing I, yang telah bersedia meluangkan waktu dalam membimbing selama proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Dr. Dwita Laksmi R. S.S., M.Li. selaku dosen pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan saran serta masukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Eva Mufidah, S.AB., MM. selaku dosen penguji yang telah menguji skripsi saya dan memberi saran serta memotivasi selama proses perkuliahan.

6. Segenap dosen dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan yang telah mendampingi dan membantu selama proses perkuliahan.
7. Kedua orang tua saya, Bapak Suwartejo dan Ibu Siti Zazilah yang tidak lelah memotivasi saya untuk selalu maju dan selalu mendoakan saya disetiap langkah saya. Saya ucapkan terima kasih yang tidak terhingga untuk ibu tercinta yang mengiringi saya dengan sabar. Begitu pula ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada ayah tercinta yang tidak pernah lelah memberikan yang terbaik untuk saya.
8. Kepada saya sendiri terima kasih karena selalu berpikir positif ketika keadaan sempat tidak berpihak, dan selalu berusaha mempercayai diri sendiri sehingga mampu membuktikan bahwa saya bisa mengandalkan diri sendiri.
9. Kedua kakak yang tersayang Lusidha C. dan Fatur R. yang telah memotivasi saya dan memberikan semangat dalam menempuh kuliah selama 4 tahun ini. Kalian adalah bagian dari inspirasi saya untuk menuju kesuksesan dimasa ini maupun mendatang.
10. Imtiyatus Kholidiyah my best partner, best friend, sister, and everything yang senantiasa memberikan motivasi dan dukungan untuk segala hal yang saya lewati.
11. Sahabat – sahabat wanita saya Imas, Dita, Nadia dan Mbak Dilla terima kasih sudah mengajarkan banyak hal, yang selalu memberi motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna melengkapi segala kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan

Pasuruan, 27 Juni 2024

Ragilia Rahmawati



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7

A. Keputusan Pembelian.....	7
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	7
2. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	7
3. Proses Keputusan Pembelian	9
4. Indikator Keputusan Pembelian	10
B. <i>Influencer Marketing</i>	11
1. Pengertian <i>Influencer Marketing</i>	11
2. Faktor Yang Mempengaruhi <i>Influencer Marketing</i>	12
3. Jemis-Jenis <i>Influencer Marketing</i>	13
4. Indikator <i>Influencer Marketing</i>	13
C. <i>Brand Image</i>	14
1. Pengertian <i>Brand Image</i>	14
2. Indikator <i>Brand Image</i>	15
D. Hubungan Variabel Bebas dan Variabel Terikat	15
1. Hubungan <i>Influencer Marketing</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	15
2. Hubungan <i>Influencer Marketing</i> dengan Keputusan Pembelian.....	17
3. Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	17
E. Penelitian Terdahulu.....	18
F. Kerangka Konseptual.....	24
G. Hipotesis Penelitian.....	25

H. BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Definisi Operasional Variabel	26
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	29
C. Lokasi Penelitian	29
D. Populasi dan Sampel	29
E. Jenis Data dan Sumber Data	31
F. Teknik Pengumpulan Data.....	32
G. Teknik Pengolaan Data	34
H. Teknik Analisis Data	35
1. Analisis Deskriptif	35
2. Uji Asumsi Klasik	36
a. Uji Normalitas	36
b. Uji Multikolinearitas	37
c. Uji Heterokesdastisitas	37
d. Uji Linearitas	38
3. Analisis Regresi Berganda	38
4. Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	39
5. Pengujian Hipotesis	39
a. Uji F	39
b. Uji T.....	40
I. Jadwal Penelitian	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
---	-----------

A. Hasil Penelitian	42
1. Gambaran Objek Penelitian	42
2. Uji Instrumen Penelitian	44
a. Uji Validitas	44
b. Uji Reliabilitas	45
3. Deskripsi Data Penelitian.....	46
4. Uji Asumsi Klasik	56
a. Uji Normalitas	56
b. Uji Multikolinearitas	57
c. Uji Heteroskedastisitas.....	58
d. Uji Linearitas	60
5. Analisis Regresi Linier Berganda	60
6. Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	62
6. Pengujian Hipotesis	63
a. Uji Simultan (Uji F)	63
b. Uji Parsial (Uji T)	64
B. Pembahasan Hasil Penelitian	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2 : Keterangan Jawaban Responden.....	33
Table 3 : Keterangan Nilai Interval.....	36
Tabel 4 : Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 5 : Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 6 : Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	46
Tabel 7 : Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 8 : Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Tabel 9 : Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 10 : Deskriptif Jawaban Keputusan Pembelian (Y)	51
Tabel 11 : Deskriptif Jawaban Influencer Marketing (X1)	53
Tabel 12 : Deskriptf Jawaban Brand Image (X2)	55
Tabel 13 : Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 14 : Hasil Uji Linearitas	61
Tabel 15 : Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	62

Tabel 16 : Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian..... 63

Tabel 17 : Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian..... 64

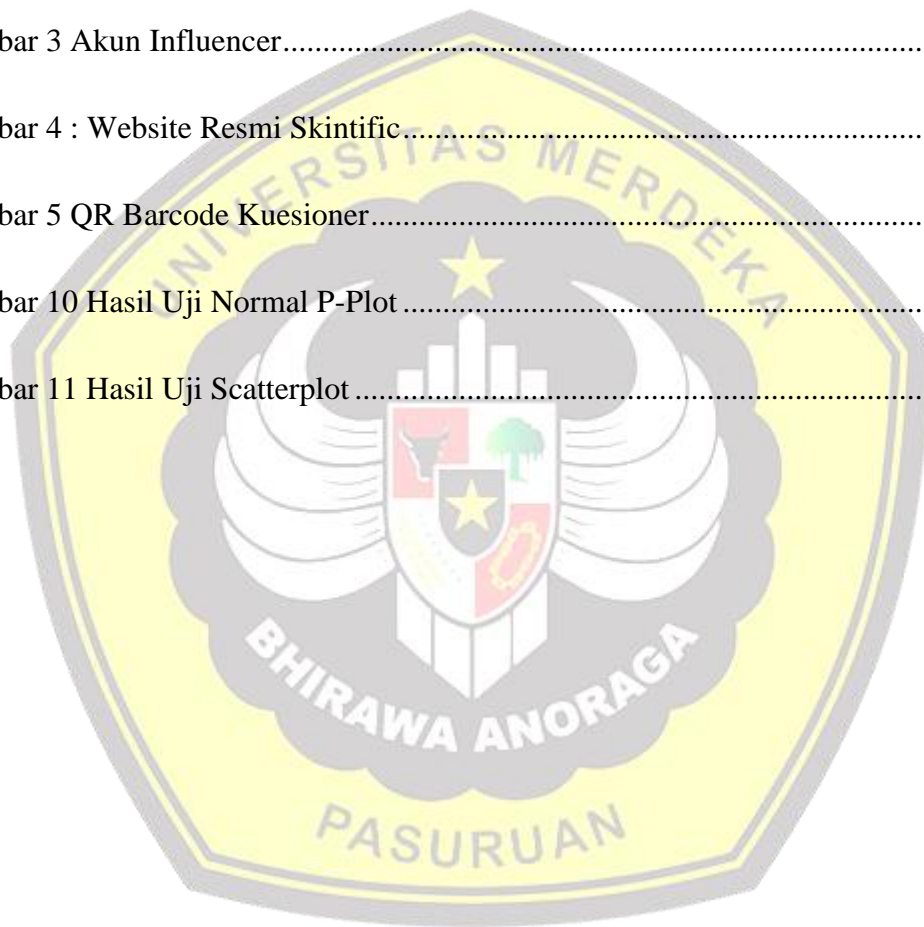
Tabel 18 : Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian 65

Tabel 19 : Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian..... 66



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 2 Logo Skintific.....	41
Gambar 3 Akun Influencer.....	42
Gambar 4 : Website Resmi Skintific.....	42
Gambar 5 QR Barcode Kuesioner.....	45
Gambar 10 Hasil Uji Normal P-Plot.....	57
Gambar 11 Hasil Uji Scatterplot.....	60



**Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Kecantikan Skintific di Kota Pasuruan**

Ragilia Rahmawati¹, Sri Hastari², Dwita Laksmita³

¹Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan

^{2,3}Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

E-mail: ragiliarahma217@gmail.com, sri.hastari@gmail.com,
laksmitadwita@gmail.com

Abstrak

Pengguna internet mengalami kenaikan setiap tahunnya dapat dimanfaatkan oleh bidang marketing online karena biaya promosi yang rendah. Salah satu brand kecantikan yang menggunakan marketing online yaitu Skintific. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *influencer marketing* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk kecantikan Skintific di Kota Pasuruan. Populasi yang digunakan adalah pelanggan produk kecantikan Skintific di Kota Pasuruan dengan metode sampling yaitu *non-probability sampling* dengan teknis penarikan *random sampling*. Menggunakan rumus Hair et al., dengan jumlah sampel sebanyak 55 responden. Analisis yang digunakan adalah Uji Instrumen, Analisis Deskripsi, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *Influencer marketing* dan *brand image* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan Skintific di Kota Pasuruan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $40,281 > 3,17$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. 2) *influencer marketing* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan Skintific di Kota Pasuruan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $3,227 > 2,006$ dan nilai sig. $0,002 < 0,05$. 3) *brand image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan Skitific di Kota Pasuruan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $3,541 > 2,006$ dan nilai sig. $0,001 < 0,05$.

Kata Kunci: *Influencer marketing*, *brand image*, keputusan pembelian