

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, KUALITAS  
PRODUK, DAN HARGA PADA PRODUK *FASHION ONLINE  
SHOP* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

**(Studi Pada Remaja di Purbalingga)**



**SKRIPSI**

**YANUARTIKA VIA RAMADHAN**

**1802010367**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO**

**2022**

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, KUALITAS  
PRODUK, DAN HARGA PADA PRODUK *FASHION ONLINE  
SHOP* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

**(Studi Pada Remaja di Purbalingga)**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana

**YANUARTIKA VIA RAMADHAN**

**1802010367**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, KUALITAS  
PRODUK, DAN HARGA PADA PRODUK *FASHION ONLINE*  
*SHOP* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

**(Studi Pada Remaja di Purbalingga)**



**Di susun oleh:**

**YANUARTIKA VIA RAMADHAN**

**1802010367**

**Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi yang bertanda tangan di bawah ini :**

**Pembimbing**

  
**Restu Frida Utami, S.E., M.Si.**

**NIK. 2160496**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yanuartika Via Ramadhan  
Nim : 1802010367  
Program Studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 19 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



Yanuartika Via Ramadhan

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Yanuartika Via Ramadhan  
Nim : 1802010367  
Program Studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul : **Pengaruh *Influencer Marketing*, Kualitas Produk, dan Harga Pada Produk *Fashion Online Shop* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Remaja di Purbalingga)**

telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

### DEWAN PENGUJI

Ketua : Restu Frida Utami, S.E.,M.Si.  
Anggota 1 : M Agung Miftahuddin, S.E.,M.Si.  
Anggota 2 : Alfato Yusnar Karismasyah, S.E.,M.Si.

Ditetapkan di : Purwokerto  
Tanggal : 19 Agustus 2022

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Naclan Tubastuvi., S.E., M.Si

NIK. 2160187

v

v

## MOTTO

*“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain”*

*(QS. Al-Insyirah : 5-7)*

*“Jangan engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita,”*

*(QS. At-Taubah : 40)*

*“Jangan menilai saya dari kesuksesan, tetapi nilai saya dari seberapa sering saya jatuh dan berhasil bangkit kembali.”*

*(Nelson Mandela)*

*“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang.”*

*(Imam Syafi'i)*

## **PERSEMBAHAN**

*Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan diwaktu yang tepat. Dengan penuh kerendahan hati, saya mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang tercinta yang sangat berjasa bagi saya*

*Teruntuk kedua orang tua saya, Bapak Jaenal Abidin dan Ibu Kanti Widiastuti, serta Adik saya Oska Nurzaki Musyaffa*

*Terimakasih untuk semua do'a dan dukungan yang selalu diberikan disetiap waktu*



## KATA PENGANTAR

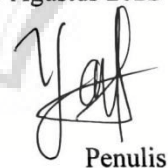
Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat kepada saya berupa kesehatan dan semangat sehingga dapat terus bekerja dalam menyelesaikan kuliah dan skripsi untuk mencapai hasil yang terbaik;
2. Bapak Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
3. Ibu Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
4. Bapak Drs. Suyoto, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
5. Ibu Restu Frida Utami, S.E,M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
6. Bapak Muchammad Agung Miftahuddin, S.E,M.Si. selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana Manajemen;
7. Bapak Alfato Yusnar Karismasyah, S.E,M.Si. selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana Manajemen;
8. Bapak, Ibu Dosen beserta staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu

9. pengetahuan selama berada dibangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan;
10. Kedua orang tua saya Bapak Jaenal Abidin, Ibu WKanti Widiastuti, yang telah memberikan do`a, bantuan, dukungan material dan moral sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi diwaktu yang tepat;
11. Adik saya Oska Nurzaki Musyaffa serta keluarga saya yang yang senantiasa memberikan semangat, doa dan kepercayaan;
12. Sahabat-sahabat saya Titi Lestari, Riska Nur Meliana, Nurizka Meliana, Fadhiila Roosma Afifah, Allaina Fatihatul Hanifah, Apri Tari Yani, Ghanilia Vioni, Istingatun Maghfiroh, Iqbal Prabowo, Safira Rahmawati, Erin Indarti, Rosika Sukma Wening, Melinda Puspita, Alfinda Aprilia Sari terimakasih telah banyak membantu, memberi masukan, semangat, dukungan serta mendengarkan keluh kesah saya dalam menyelesaikan skripsi ini;
13. Teman-teman Kuliah dan KKN Adiva Siska, Dwi Marlina, Nurjannah Ayu, Via Tabah, Faedatul Azizah, Piliwati Dwi, Afa Agustina dan Yosita Angelina terimakasih untuk doa, bantuan dan dukungan untuk saya;
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membelas segala keaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu

Purwokerto, 19 Agustus 2022

  
Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yanuartika Via Ramadhan  
NIM : 1802010367  
Program Studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Jenis Karya : Skripsi

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH *INFLUENCER* MARKETING, KUALITAS PRODUK  
DAN HARGA PADA PRODUK *FASHION ONLINE SHOP*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Pada  
Remaja di Purbalingga)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.  
Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto  
Pada tanggal : 19 Agustus 2022

menyatakan



METERAI  
TEMPEL  
DBFAJX965468497

Yanuartika Via Ramadhan

x

x

# **PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA PADA PRODUK *FASHION ONLINE SHOP* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

**(Studi Pada Remaja di Purbalingga)**

**Yanuartika Via Ramadhan<sup>1</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

[yanuartikaviaramadhan04@gmail.com](mailto:yanuartikaviaramadhan04@gmail.com) ,

**Restu Frida Utami, S.E., M.Si<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

[restufridautami06@yahoo.co.id](mailto:restufridautami06@yahoo.co.id)

## **ABSTRAK**

Keputusan pembelian mempunyai arti penting bagi perusahaan karena dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan. Perusahaan juga harus mempertahankan konsumennya agar perusahaan dapat menghemat biaya atau hanya mengeluarkan sedikit biaya untuk mencari konsumen baru, konsumen yang lama juga sudah memiliki pengalaman positif dengan perusahaan yang bias juga sampai merekomendasikan perusahaan kepada teman atau relasi mereka di lingkungannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh influencer marketing, kualitas produk, dan harga pada produk fashion online shop remaja di Purbalingga. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sampel yaitu remaja yang berdomisili di Purbalingga yang aktif di media sosial dan mengikuti suatu *influencer* yang sampai mereka pernah melakukan pembelian fashion di online shop karena terpengaruh oleh *influencer* tersebut. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang berjumlah 110 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu statistic deskriptif, uji instrument, uji asumsi klasisk, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji F dan uji hipotesis (t). Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel influencer marketing secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel kualitas produk dan harga produk secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : influencer marketing, kualitas produk, harga produk, keputusan pembelian.

# ***THE INFLUENCE OF INFLUENCER MARKETING, PRODUCT QUALITY, AND THE PRICE OF ONLINE SHOP FASHION PRODUCTS ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS***

***(Study On Teenager in Purbalingga)***

**Yanuartika Via Ramadhan<sup>1</sup>**

*Faculty of Economics and Business  
Muhammadiyah University Purwoketo  
[yanuartikaviaramadhan04@gmail.com](mailto:yanuartikaviaramadhan04@gmail.com)*

**Restu Frida Utami, S.E., M.Si<sup>2</sup>**

*Faculty of Economics and Business  
Muhammadiyah University Purwoketo  
[restufridautami06@yahoo.co.id](mailto:restufridautami06@yahoo.co.id)*

## ***ABSTRACT***

*Purchasing decision has an important meaning for companies because it can increase sales and profits. Companies must also retain their customers in order to companies can save costs or spend a little money to find new customers. Besides, old customers also have positive experiences with companies that can also recommend the company to their friends or relatives in their environment. The purpose of this study was to determine the effect of influencer marketing, product quality, and price on youth online shop fashion products in Purbalingga. This type of research is quantitative research. The sampling technique used is purposive sampling technique with sample criteria, namely teenagers who live in Purbalingga who are active on social media and follow an influencer until they have made a fashion purchase at an online shop because they are influenced by the influencer. Primary data obtained in this study using a questionnaire totaling 114 respondents. The data analysis techniques used in this research are descriptive statistics, instrument testing, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination test, F test and hypothesis test (t). based on the results of data analysis shows that the influencer marketing variable partially does not have a positive and significant effect on purchasing decisions. While the product quality and product price variables partially have a positive and significant effect on purchasing decision.*

*Keywords: influencer marketing, product quality, product price, purchase decision.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	x
ABSTRAK .....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Pembatasan Masalah .....	9
D. Tujuan Masalah .....	9
E. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II</b> .....	11
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
A. Landasan Teori .....	11
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	19
C. Kerangka Pemikiran .....	27
D. Hipotesis .....	28

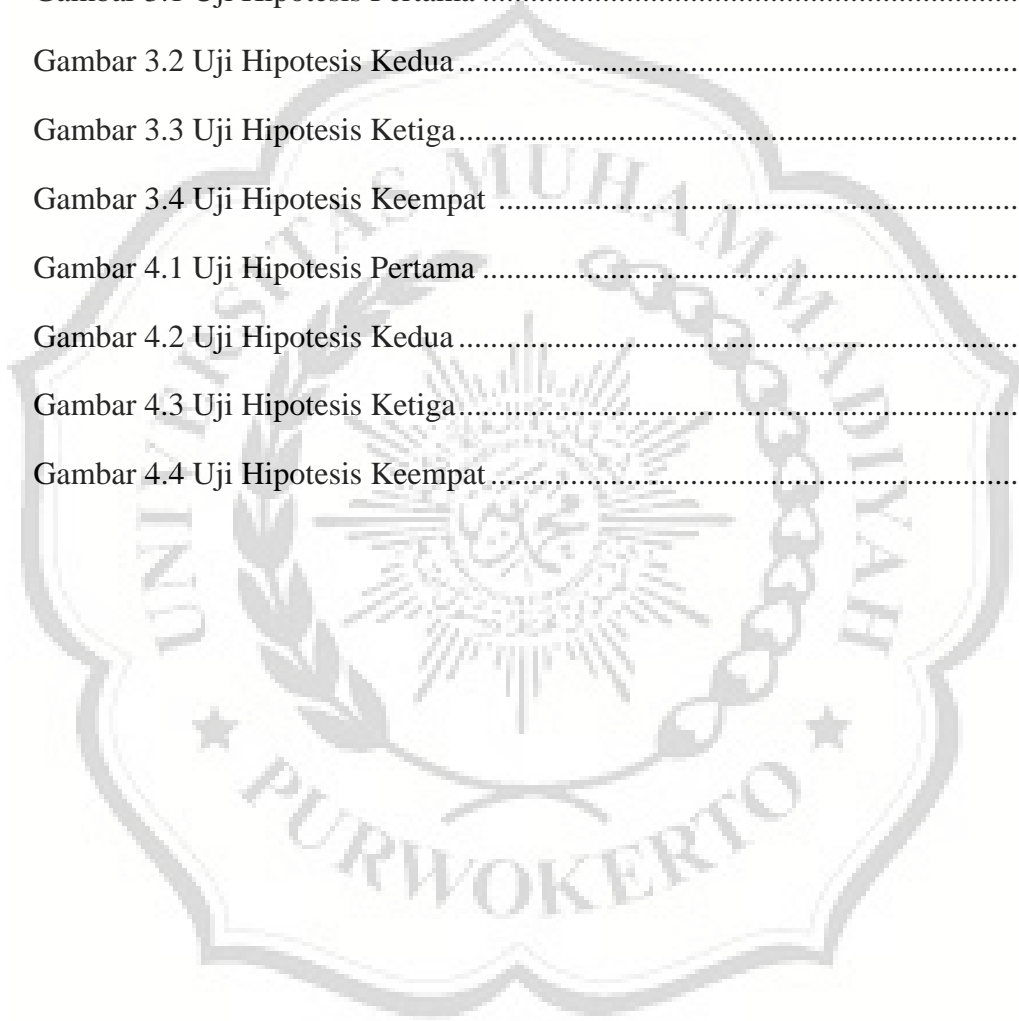
<b>BAB III</b> .....	29
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	29
A. Jenis Penelitian .....	29
B. Populasi Dan Sampel .....	29
C. Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data .....	31
D. Variabel Penelitian .....	31
E. Definisi Konseptual, Definisi Operasional, Dan Indikator .....	32
F. Metode Analisis Data .....	33
1. Uji Analisis Deskriptif .....	33
2. Uji Instrumen Data .....	34
3. Uji Asumsi Klasik .....	34
4. Uji Regresi Linier Berganda .....	36
5. Uji Kecocokan Model .....	37
6. Uji Hipotesis .....	37
<b>BAB IV</b> .....	<b>45</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>45</b>
A. Hasil Penelitian .....	45
B. Pembahasan .....	73
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>78</b>
<b>A. SIMPULAN</b> .....	<b>78</b>
<b>B. KETERBATASAN DAN SARAN</b> .....	<b>78</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>85</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil penelitian terdahulu .....	19
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	32
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin .....	46
Tabel 4.2 Data pendidikan remaja di purbalingga .....	47
Tabel 4.3 Response rate .....	48
Tabel 4.4 Data Responden berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.5 Data Responden berdasarkan Asal Kecamatan .....	50
Tabel 4.6 Data Responden berdasarkan Pendapatan/uang saku perbulan .....	51
Tabel 4.7 Uji Analisis Deskriptif Variabel <i>Influencer Marketing</i> (X1).....	52
Tabel 4.8 Uji Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2).....	53
Tabel 4.9 Uji Analisis Deskriptif Variabel Harga Produk (X3) .....	55
Tabel 4.10 Uji Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	56
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel <i>Influencer Marketing</i> (X1) .....	59
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Kualitas Harga (X2).....	60
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel Harga Produk (X3) .....	60
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4.16 Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov Smirnov Test</i> .....	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolonieritas .....	63
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	64
Tabel 4.19 Uji Regresi Linier Berganda .....	65
Tabel 4.20 Uji Koefisien Determinasi .....	66
Tabel 4.21 Uji F .....	67
Tabel 4.22 Uji Hipotesis (t) .....	69
Tabel 4.23 Rekapitulasi Hasil Penelitian .....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Transaksi <i>E-Commerce</i> .....	2
Gambar 1.2 Jenis Produk yang paling banyak dibeli di toko .....	3
Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3.1 Uji Hipotesis Pertama .....	39
Gambar 3.2 Uji Hipotesis Kedua .....	42
Gambar 3.3 Uji Hipotesis Ketiga.....	43
Gambar 3.4 Uji Hipotesis Keempat .....	44
Gambar 4.1 Uji Hipotesis Pertama .....	68
Gambar 4.2 Uji Hipotesis Kedua .....	70
Gambar 4.3 Uji Hipotesis Ketiga.....	71
Gambar 4.4 Uji Hipotesis Keempat.....	72



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penelitian .....	86
Lampiran 2 Identitas Responden .....	91
Lampiran 3 Response Rate .....	96
Lampiran 4 Profil Responden .....	96
Lampiran 5 Tabulasi jawaban responden.....	97
Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif .....	114
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas .....	116
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas .....	119
Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas .....	120
Lampiran 9 Hasil Uji Multikolonieritas.....	120
Lampiran 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	121
Lampiran 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	121
Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	121
Lampiran 13 Hasil Uji F .....	122
Lampiran 14 Hasil Uji Hipotesis (t).....	122
Lampiran 15 Tabel r.....	122
Lampiran 16 Tabel F.....	123
Lampiran 17 Tabel t.....	124