

**PENGARUH PERAN INFLUENCER, QUALITY PRODUCT
DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU VANS**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

ILHAM GALIH HARGOWISENO

B 100 170 193

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERAN INFLUENCER, QUALITY PRODUCT DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
VANS**


Yang ditulis dan disusun oleh:

ILHAM GALIH HARGOWISENO
B100170193

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 31 Juli 2021

Pembimbing


(Basworo Diby, S.E., M.Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Prof. Dr. Anton Agus S, S.E., M.Si.)

NIK 829

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH PERAN INFLUENCER, QUALITY PRODUCT DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
VANS


Oleh:

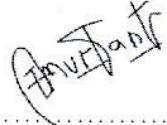
ILHAM GALIH HARGOWISENO
B100170193

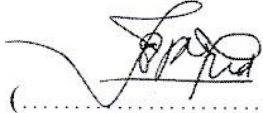
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 31 Juli 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji:


- | | |
|--|--|
| 1. Dr. Jati Waskito, S.E., M.Si.

(Ketua Dewan Penguji) | 
(.....) |
| 2. Sri Murwanti, S.E., M.M.

(Anggota I Dewan Penguji) | 
(.....) |
| 3. Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D.

(Anggota II Dewan penguji) | 
(.....) |

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta


(Prof. Dr. Anton Agus S, S.E., M.Si.)
NIK 829



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ILHAM GALIH HARGOWISENO**
NIM : **B 100 170 193**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **Pengaruh Peran Influencer, Quality Product
Dan Perceived Value Terhadap Keputusan
Pembelian Sepatu VANS**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 31 Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan,

ILHAM GALIH HARGOWISENO

MOTTO

“Wahai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan salat sebagai penolongmu. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.”

(Al- Baqarah : 153)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. ”

(Al-Insyirah : 5)

“Allah tidak melihat bentuk rupa dan harta benda kalian, tapi Dia melihat hati dan amalan kalian.”

(Nabi Muhammad SAW)

“Agama tanpa ilmu adalah buta. Ilmu tanpa agama adalah lumpuh.”

(Albert Einstein)

“Penampilan tidak berarti, kami tidak peduli dengan sedikit kesempurnaan, yang penting yang ada didalamnya.”

(Spongebob Squarepants)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas nikmat dan karunia Allah SWT karena dikelilingi oleh orang-orang yang luar biasa, maka saya persembahkan karya sederhana ini dengan rasa cinta dan kasih kepada:

- Allah SWT yang telah memberikan ridhoNya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ini.
- Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan do'a dan dukungan sehingga dapat terselesaikan studi dengan sebaik-baiknya.
- Bapak dan Ibu dosen yang selama ini telah memberi ilmu, bimbingan, dan dukungan dalam pengerjaan tugas akhir ini.
- Teman-teman seperjuangan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen angkatan 2017 khususnya kelas E yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah berjuang bersama, semoga kita tetap menjaga silaturahmi yang baik untuk kedepannya.
- Sahabat saya #TobatMaksiat yang telah banyak membantu dan menghibur serta memberi semangat selama ini dalam menyelesaikan tugas akhir.
- Serta pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih telah membantu selama masa perkuliahan hingga pembuatan karya ini. Semoga bantuan kalian diberikan balasan yang layak dari Allah SWT.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan pembelian pada sepatu merek Vans (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui: (1) pengaruh peran *influencer* terhadap keputusan pembelian sepatu Vans di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS, (2) pengaruh *quality product* terhadap keputusan pembelian sepatu Vans di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS, (3) pengaruh *perceived value* terhadap keputusan pembelian sepatu Vans di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS. Penelitian ini menggunakan sampel pembeli atau calon pembeli sepatu Vans, sebanyak 100 responden. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer berupa kuisioner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) peran *influencer* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS, (2) *quality product* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS, (3) *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS.

Kata kunci: Peran Influencer, Quality Product, Perceived Value, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze purchasing decisions on Vans brand shoes (a case study on FEB UMS students). The purpose of this study was to determine: (1) the influence of the influencer's role on the decision to buy Vans shoes at Faculty of Economics and Business UMS, (2) the effect of product quality on the decision to buy Vans shoes at Faculty of Economics and Business UMS, (3) the effect of perceived value on the decision to buy Vans shoes at Faculty of Economics and Business UMS. This study uses a sample of buyers or prospective buyers of Vans shoes, as many as 100 respondents. The data used in this study is primary data in the form of a questionnaire. The analytical method used in this research is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that: (1) the role of influencers has no significant effect on purchasing decisions for Faculty of Economics and Business UMS students, (2) product quality has no significant effect on purchasing decisions for Faculty of Economics and Business UMS students, (3) perceived value has a significant effect on purchasing decisions for students. Faculty of Economics and Business UMS

Keywords: *Influencer Role, Product Quality, Perceived Value, and Purchase Decision*

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang tiada henti selalu memberikan Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh peran influencer, quality product, dan perceived value terhadap keputusan pembelian sepatu Vans (Study Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)” sebagai syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa bantuan, bimbingan, semangat serta dorongan dari berbagai pihak merupakan motivasi terbesar untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik, maka dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta
2. Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.M selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Dr. Edy Purwo Saputro, S.E, M.Si. selaku dosen Pembimbing Akademik saya yang telah membantu serta memberi arahan dalam perkuliahan selama ini.
5. Bapak Basworo Dibyo, S.E, M.Si. selaku pembimbing skripsi yang dengan sabar membimbing, mengarahkan, memberi masukan serta nasehat selama penyusunan skripsi hingga selesai.
6. Ibu Sri Murwanti, S.E., M.M. selaku penguji pertama yang telah memberikan saran dan masukan untuk penyempurnaan skripsi ini.
7. Ibu Dra. Chuzaimah, M.M. selaku penguji kedua yang telah memberikan saran dan masukan untuk penyempurnaan skripsi ini.

8. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang telah membimbing dan memberikan ilmunya serta membantu dalam bidang akademik dan administrasi penulis.
9. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Asihno dan Ibu Dwi Darmastuti yang telah memberikan kasih sayang, nasihat, motivasi, masukan, dukungan, serta selalu mendoakan yang terbaik buat saya di setiap waktu.
10. Keluarga besar yang telah memberi dukungan dan doa.
11. Sylvie Annisa Mayawati, Tatriska Agustin Herawati, dan Natasha Indira Bintang Kavita yang telah memberkan semangat, dukungan moril, motivasi dan selalu bersedia kapanpun penulis ingin refresh dari penyusunan Tugas Akhir hingga akhirnya dapat terselesaikan.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih telah membantu selama masa perkuliahan hingga pembuatan karya ini. Semoga bantuan dan kebaikan kalian diberi balasan yang layak dari Allah SWT

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Keputusan Pembelian.....	7
2. Peran Influencer.....	8
3. Quality Product.....	8
4. Perceived Value.....	9
B. Penelitian Terdahulu.....	9
C. Hipotesis.....	12
D. Kerangka Penelitian.....	13

BAB III METODE PENELITIAN.....	15
A. Jenis Penelitian.....	15
B. Definisi Operasional.....	15
1. Peran Influencer.....	15
2. Quality Product.....	16
3. Perceived Value.....	16
4. Keputusan Pembelian	17
C. Populasi dan Sampel	17
D. Jenis dan Sumber Data.....	19
E. Teknik Pengumpulan Data.....	19
F. Metode Analisis	20
1. Uji Instrumen.....	20
2. Uji Asumsi Klasik	21
3. Uji Ketepatan Model	23
4. Hipotesis.....	25
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	28
A. Gambaran Umum Penelitian	28
B. Uji Instrumrn Data	29
1. Uji Validitas.....	29
2. Uji Reliabilitas.....	30
3. Analisis Deskriptif.....	31
4. Uji Normalitas	31
5. Uji Multikolinearitas	32
6. Uji Heterokedastisitas.....	33
7. Uji Ketepatan Model	33
8. Uji Hipotesis.....	36
C. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	42
1. Analisis Data Hipotesis 1	42
2. Analisis Data Hipotesis 2	42
3. Analisis Data Hipotesis 3	43

BAB V PENUTUP.....	44
A. Kesimpulan	44
B. Keterbatasan Penelitian.....	44
C. Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	28
Tabel 4. 2 Karakteristik Prodi Responden	29
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas.....	29
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	30
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif.....	31
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas	31
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	32
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	33
Tabel 4. 9 Hasil Uji F.....	34
Tabel 4. 10 Hasil Uji Hipotesis	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	13
Gambar 3. 1 Kurva Uji F.....	25
Gambar 3. 2 Kurva Uji t.....	27
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heterokedastisitas	33
Gambar 4. 2 Kurva Hasil Uji F	35
Gambar 4. 3 Kurva Hasil Hipotesis I.....	38
Gambar 4. 4 Kurva Hasil Hipotesis II.....	40
Gambar 4. 5 Kurva Hasil Hipotesis III	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	49
Lampiran 2. Data Tabulasi.....	52
Lampiran 3. Hasil Olah Data	64