

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, *INFLUENCER*, DAN
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SEPATU (STUDY KASUS PADA
SEPATU *BRAND* LOKAL)**



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 YOGASTRIAN

B 100 160 195

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

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

ANALISIS PENGARUH PROMOSI MENGGUNAKAN *INFLUENCER* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU (STUDY KASUS PADA SEPATU *BRAND* LOKAL)

Yang ditulis dan disusun oleh:

ILHAM YOGASTRIAN

B 100 160 195

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 01 Mei 2020

Pembimbing Utama



(Ir. Imawati, S.E., M. Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417
Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **ILHAM YOGASTRIAN**

NIM : **B100160195**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PROMOSI MENGGUNAKAN
INFLUENCER MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU
(STUDY KASUS PADA SEPATU *BRAND* LOKAL)**

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 Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 01 Mei 2020

Yang membuat pernyataan

ILHAM YOGASTRIAN

MOTTO

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan ALLAH.”

(HR. Turmudzi)

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

(Albert Einstein)

“Untuk memiliki hidup yang sempurna, bersandarlah kepada ajaran agama Allah.”

(KH. Ahmad Dahlan)

“Kau boleh berambisi setinggi langit namun jangan pernah melupakan orang-orang terdekatmu jika tak ingin ambisimu yang menghancurkanmu”

(Nairtsagoy Mahli)

“Pelajaran dan pengalaman hidup di masa lalu membuat saya lebih kuat untuk menjalani kehidupan selanjutnya”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah, saya persembahkan karya kecil ini dengan rasa cinta dan kasih untuk:

1. Untuk Ibunda tercinta terimakasih atas ketulusan dan kesabaran yang tak terhingga dan selalu mengingatkan saya untuk menjadi pribadi yang lebih baik.
2. Untuk Ayah saya yang juga saya cintai terimakasih atas pengorbanan dan motivasi terbaiknya yang dapat saya jadikan contoh untuk menghadapi hari-hari yang akan datang.
3. Untuk adik-adik saya Rani dan Aulia terimakasih telah mendukung dan medoakan kakak.
4. Segenap keluarga besar, dan kerabat terimakasih atas *support* serta doa yang diberikan kepada saya, sehingga saya bisa berdiri kuat sampai saat ini.
5. Untuk sahabat-sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu terimakasih kalian sudah menemani hari-hari saya dalam susah dan senang selama 4 tahun kuliah di UMS.
6. Untuk almamater tercinta serta teman-teman kelas E dan F yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih sudah menjadi teman yang baik, dan memberi saya arti bahwa kuliah bukan hanya tentang belajar mengenai huruf dan angka. Terimakasih banyak guys kalian luar biasa. *See you on top.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian produk sepatu *brand* lokal. Untuk mengetahui pengaruh *Influencer* terhadap keputusan pembelian produk sepatu *brand* lokal. Untuk mengetahui pengaruh Media Sosial Instagram terhadap keputusan pembelian produk sepatu *brand* lokal.

Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang sudah pernah membeli atau memiliki serta orang-orang yang mengetahui produk sepatu *brand* lokal. Sampel merupakan sekumpulan dari sebagian anggota obyek yang diteliti. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan pembelian. Variabel *Influencer* berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan pembelian. Variabel Media Sosial Instagram berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan pembelian.

Kata Kunci : Promosi, *influencer*, media sosial instagram, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study discusses the promotion of the decision to purchase local brand shoes. To find out the influence of influencers on purchasing decisions for local brand shoes. To find out the influence of Social Media Instagram on purchasing decisions for local brand shoes.

The population in this study are orang-utans who have bought or have orang-utans who will purchase local brand shoes. The sample is a collection of some members of the object collected. The number of samples used was 100 people. The sampling technique used in this study was purposive sampling.

Based on the results of this study indicate a significant positive promotion variable on purchasing decisions. Influencer variable has a significant positive effect on purchasing decisions. Social Media Instagram Variables produce a significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Promotion, influencers, social media instagram, and purchasing decisions.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat hidayahNya serta memberikan kekuatan, ketabahan, kemudahan dan kedamaian berfikir. Sholawat serta salam yang senantiasa tercurah pada junjungan Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH PROMOSI MENGGUNAKAN *INFLUENCER* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU (STUDY KASUS PADA SEPATU *BRAND* LOKAL)”**

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memnuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Surakarta. Penulis menyadari sepenuhnya tanpa adanya bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu melaksanakan skripsi ini dengan baik. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, bimbingan, petunjuk, ridho, dan kasih sayangmu yang tak henti-hentinya engkau limpahkan kepadaku.
2. Bapak Dr. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammdiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammdiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Syamsyudin, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Surakarta.

4. Bapak Imronudin, SE, Msi Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Surakarta.
5. Ibu Ir. Imawati, S.E., M. Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan tulus dan sabar telah memberikan banyak arahan, masukan, waktu, tenaga, pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa study.
7. Seluruh staff karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Surakarta yang telah memberikan kelancaran bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa study.
8. Ibu dan Bapak tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan support yang tiada hentinya sampai penulis bisa mendapatkan gelar sarjana.
9. Teman-teman Manajemen angkatan 2016 yang saling memotivasi dan memberikan semangat selama menimba ilmu di UMS.
10. Untuk almamaterku tercinta, Universitas Muhammdiyah Surakarta, terima kasih mengijinkanku berkembang dan menjadi seseorang yang lebih baik, untuk segala kenangan, untuk ilmu pendidikan yang telah kau beri.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu kritik dan saran pembaca yang bersifat membangun sangat kami apresiasi. Semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 01 April 2020

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iii |
| MOTTO | iv |
| PERSEMBAHAN | v |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Perumusan Masalah..... | 3 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 4 |
| D. Manfaat Penelitian | 4 |
| E. Sistematika Penulisan Skripsi..... | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 7 |
| A. Landasan Teori..... | 7 |
| B. Penelitian Terdahulu | 12 |
| C. Pengembangan Hipotesis | 13 |
| D. Kerangka Pemikiran..... | 16 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | |
| A. Jenis Penelitian..... | 17 |
| B. Definisi Operasional Variabel | 17 |
| C. Populasi dan Sampel | 19 |
| D. Jenis dan Sumber Data | 21 |
| E. Metode Pengumpulan Data | 22 |
| F. Metode Analisis Data | 23 |

| | |
|--|----|
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 29 |
| A. Karakteristik Responden | 29 |
| B. Uji Instrumen..... | 30 |
| C. Analisis Data | 34 |
| D. Pembahasan..... | 45 |
| 1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian | 45 |
| 2. Pengaruh Influencer Terhadap Keputusan Pembelian | 45 |
| 3. Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian..... | 46 |
| BAB V PENUTUP..... | 48 |
| A. Simpulan | 48 |
| B. Keterbatasan Penelitian | 48 |
| C. Saran..... | 49 |
| DAFTAR PUSTAKA | 51 |
| LAMPIRAN..... | 54 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 29 |
| Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia..... | 30 |
| Tabel 4.3 Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Promosi | 31 |
| Tabel 4.4 Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Influencer | 32 |
| Tabel 4.5 Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Media Sosial Instagram | 32 |
| Tabel 4.6 Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan pembelian | 33 |
| Tabel 4.7 Ringkasan Hasil Analisis Reliabilitas Variabel | 34 |
| Tabel 4.8 Ringkasan Hasil Uji Normalitas | 34 |
| Tabel 4.9 Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas..... | 35 |
| Tabel 4.10 Ringkasan Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser) | 36 |
| Tabel 4.11 Ringkasan Hasil Regresi Linear Berganda dan Uji Determinasi | 37 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... | 16 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji t Variabel X1..... | 39 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji t Variabel X2..... | 40 |
| Gambar 4.3 Hasil Uji t Variabel X3..... | 42 |
| Gambar 4.4 Hasil Uji F..... | 43 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------------------------------|----|
| Lampiran I Kuesioner Tertutup..... | 55 |
| Lampiran II Hasil Olah Data..... | 60 |