

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* AWKARIN TERHADAP  
CITRA MEREK, KONSEP DIRI DAN NIAT BELI PADA *BRAND  
FASHION***

***THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA INFLUENCER AWKARIN ON BRAND  
IMAGE, SELF CONCEPT AND PURCHASE INTENTION IN BRAND  
FASHION***



**Disusun oleh:**

**M. FAUZI SAPUTRA**

**20180410319**

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

**2022**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* AWKARIN TERHADAP  
CITRA MEREK, KONSEP DIRI DAN NIAT BELI PADA *BRAND FASHION***

***THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA INFLUENCER AWKARIN ON BRAND  
IMAGE, SELF CONCEPT AND PURCHASE INTENTION IN BRAND  
FASHION***

Diajukan Oleh:

**M. Fauzi Saputra**

**20180410319**



Telah disetujui

Tanggal, 07 Juni 2022

Dosen Pembimbing

Dr. Nuryakin, SE., MM

NIK. 19790606201604243002

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : M. Fauzi Saputra

NIM : 20180410319

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: "**PENGARUH *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* AWKARIN TERHADAP CITRA MEREK, KONSEP DIRI DAN NIAT BELI PADA *BRAND FASHION***" Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 10 Juni 2022

  
  
M. Fauzi Saputra

## **MOTTO**

*“It’s not that you can’t do it, you just haven’t try it”*

“Bukannya kamu tidak bisa melakukannya, kamu hanya belum mencobanya”

## PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahim, Puji syukur selalu dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT dan berkat Rahmat serta Karunianya, peneliti diberi kelancaran dalam penulisan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Social Media Influencer* Awkarin Terhadap Citra Merek, Konsep Diri dan Niat Beli pada *Brand Fashion*”. Syukur Alhamdulillah peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan segala hambatan dan rintangan hingga akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Peneliti mempersembahkan karya tulis ini kepada pihak-pihak yang berjasa dalam perjalanan hidup peneliti yaitu:

1. Kedua orang tua saya yang tak henti-hentinya mengirimkan doa dan memberikan dukungan kepada saya dalam hal apapun.
2. Keluarga besar saya yang selalu mendukung dan mendoakan perjuangan saya sebagai anak rantau yang jauh dari orang tua.
3. Diah Fertika sebagai sahabat saya yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam segala rintangan dan hambatan penulisan karya ini.
4. Habibur Rohman sebagai teman seperjuangan saya dalam penulisan karya ini.
5. Seluruh sahabat, teman dan orang-orang terdekat yang turut mendukung dan memberikan semangat.

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah selalu senantiasa dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan juga Karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Social Media Influencer* Awkarin terhadap Citra Merek, Konsep Diri dan Niat Beli pada *Brand Fashion*”

Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan serta bimbingan yang berharga dari banyak pihak. Oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah bersedia memberikan petunjuk dan bimbingan dalam proses penulis menyelesaikan studi.
2. Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan dukungan dan bimbingan kepada seluruh Mahasiswa Manajemen.
3. Dr. Nuryakin, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan lapang dada memberikan bimbingan, masukan, dan ilmunya selama proses penulisan skripsi.

Peneliti telah menyusun skripsi ini dengan sebaik-baiknya namun tetap menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak, peneliti akan sangat berterima kasih dan menjadikannya sebagai acuan untuk lebih baik lagi.

Yogyakarta, 21 Februari 2022



M. Fauzi Saputra

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| PERNYATAAN .....  | III  |
| MOTTO .....   | IV   |
| PERSEMBAHAN .....   | V    |
| INTISARI .....  | VI   |
| ABSTRACT .....  | VII  |
| KATA PENGANTAR .....                                      | VIII |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                   | 1    |
| A. LATAR BELAKANG PENELITIAN .....                        | 1    |
| B. RUMUSAN MASALAH.....                                   | 5    |
| C. TUJUAN PENELITIAN.....                                 | 5    |
| D. MANFAAT PENELITIAN .....                               | 6    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                             | 7    |
| A. LANDASAN TEORI.....                                    | 7    |
| 1. Social Media Influencer .....                          | 7    |
| 2. Citra Merek .....                                      | 8    |
| 3. Konsep Diri .....                                      | 9    |
| 4. Niat Beli .....  | 10   |
| B. HUBUNGAN ANTAR VARIABEL DAN HIPOTESIS PENELITIAN ..... | 11   |
| C. HASIL PENELITIAN TERDAHULU .....                       | 15   |
| D. MODEL PENELITIAN .....                                 | 20   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                           | 21   |
| A. PENDEKATAN PENELITIAN .....                            | 21   |
| B. RESPONDEN/SUBJEK/INFORMAN PENELITIAN.....              | 21   |
| C. SETTING PENELITIAN.....                                | 21   |
| D. METODE PENYAMPELAN DAN SAMPEL PENELITIAN.....          | 22   |
| E. JENIS DATA DAN METODE PENGUMPULAN DATA .....           | 23   |
| F. IDENTIFIKASI VARIABEL .....                            | 23   |
| G. DEFINISI OPERASIONAL.....                              | 24   |
| H. PENGUJIAN KUALITAS INSTRUMEN .....                     | 25   |
| I. METODE ANALISIS DATA .....                             | 27   |
| J. UJI HIPOTESIS .....                                    | 30   |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....              | 31   |
| A. GAMBARAN UMUM OBJEK/SUBJEK PENELITIAN .....            | 31   |
| 1. Sejarah Sweaterpolos.id .....                          | 31   |
| 2. Hasil Pengumpulan Data .....                           | 32   |
| B. UJI KUALITAS INSTRUMEN DAN DATA.....                   | 33   |
| 1. Uji Validitas .....                                    | 33   |
| 2. Uji Reliabilitas .....                                 | 35   |

|  |           |
|--|-----------|
| 3. Statistik Deskriptif Variabel.....  | 35        |
| C. PENGUJIAN HIPOTESIS.....            | 39        |
| D. HASIL PENELITIAN.....               | 47        |
| E. PEMBAHASAN.....                     | 48        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b> | <b>52</b> |
| A. KESIMPULAN.....                     | 52        |
| B. KETERBATASAN PENELITIAN.....        | 53        |
| C. SARAN.....                          | 53        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>             | <b>54</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                   | <b>56</b> |
| LAMPIRAN 1 KUISIONER.....              | 56        |
| LAMPIRAN 2 UJI VALIDITAS.....          | 59        |
| LAMPIRAN 3 UJI RELIABILITAS.....       | 60        |
| LAMPIRAN 4 ANALISIS DESKRIPTIF.....    | 64        |
| LAMPIRAN 5 MODEL PATH.....             | 66        |
| LAMPIRAN 6 UJI NORMALITAS.....         | 66        |
| LAMPIRAN 7 HASIL OUTLIERS.....         | 67        |
| LAMPIRAN 8 HASIL GOODNESS-OF-FIT.....  | 70        |
| LAMPIRAN 9 HASIL UJI HIPOTESIS.....    | 71        |
| LAMPIRAN 10 HASIL TURNITIN.....        | 76        |

#### **DAFTAR GAMBAR**

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Diagram Hasil Studi Pendahuluan.....            | 2  |
| Gambar 1. 2 Diagram (lanjutan) Hasil Studi Pendahuluan..... | 2  |
| Gambar 2. 1 Model Penelitian.....                           | 20 |
| Gambar 4. 1 Diagram Path.....                               | 40 |
| Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....                       | 41 |

#### **DAFTAR TABEL**

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....                         | 15 |
| Tabel 3. 1 Skala Likert.....                                 | 23 |
| Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....                | 25 |
| Tabel 4. 1 Responden berdasarkan jenis kelamin & umur.....   | 33 |
| Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas.....                          | 33 |
| Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas.....                       | 35 |
| Tabel 4. 4 Kategori Penilaian.....                           | 36 |
| Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Social Media Influencer..... | 36 |
| Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Citra merek.....             | 37 |
| Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Konsep Diri.....             | 38 |
| Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Niat Beli.....               | 38 |
| Tabel 4. 9 Uji Normalitas.....                               | 42 |
| Tabel 4. 10 Perhitungan Bollen-Stine Bootstrap.....          | 43 |



|  |    |
|--|----|
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Outliers Pertama.....        | 44 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Eliminasi Outliers.....      | 44 |
| Tabel 4. 13 Computation Of Degree Of Freedom ..... | 45 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Goodness-Of-Fit.....         | 45 |
| Tabel 4. 15 Hubungan Antar Variabel.....           | 47 |