

**PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* PADA EFEKTIVITAS IKLAN
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBENTUK MINAT BELI
KONSUMEN**

(Studi pada Pengikut Instagram Ayudia Bing Slamet)

***EFFECT OF INFLUENCER CREDIBILITY ON ADVERTISING
EFFECTIVENESS INSTAGRAM SOCIAL MEDIA IN FORMING CONSUMER
BUYING INTEREST***

(Study on Ayudia Bing Slamet's Instagram Followers)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Diajukan oleh:

Alhensa Ferninda Kencana Jelita

20170410194

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

2020

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Alhensa Ferninda Kencana Jelita

NIM : 20170410194

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Kampus : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi : **PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* PADA EFEKTIVITAS IKLAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBENTUK MINAT BELI KONSUMEN (Studi pada Pengikut Instagram Ayudia Bing Slamet)**

Menyatakan bahwa tidak pernah ada karya yang diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis telah diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan di terbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tulis ini dibatalkan.

Yogyakarta, 31 Desember 2020



Alhensa Ferninda Kencana Jelita

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatNya, hidayah, anugerah dan semuanya yang telah diberikan kepada penulis beserta keluarga dan saudara lainya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi. Dengan kerendahan hati, maka skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Keluarga tercinta dari penulis, yaitu Ayahanda Alkosari, S.H., Ibunda Eka Wahyu Nugraheni, adik Alhensa Nazellia Dinda Reyvika, dan nenek penulis Harto Wiyono. Penulis ingin mengungkapkan rasa terimakasih yang sebanyak-banyaknya atas doa, dukungan, dan motivasi kalianlah semua ini dapat tercapai.
2. Raihan Alfarrasy Ghazian, yang selalu menemani penulis dan terus memberikan motivasi dan semangatnya selama ini. Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih atas doa dan perhatiannya dalam menemani penulis menyelesaikan semua ini.
3. Sahabat Lambreta. Penulis ingin mengungkapkan rasa terimakasih atas doa dan supportnya kepada penulis.
4. Teman-teman kelas Manajemen “D” angkatan 2017 secara keseluruhan yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

5. Teman-teman Manajemen angkatan 2017 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas kebersamaannya, tetap semangat dan berjuang untuk meraih masa depan.
6. Semua pihak yang telah memberi dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan Ridho dan Rahmatnya-Nya serta memberikan kemudahan, kesempatan, kesehatan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kredibilitas *Influencer* pada Efektivitas Iklan Media Sosial Instagram dalam Membentuk Minat Beli Konsumen (Studi pada Pengikut Instagram Ayudia Bing Slamet)”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan referensi dan kontribusi dan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan dan memberikan ide pengembangan bagi peneliti selanjutnya.

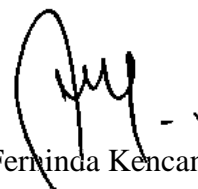
Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

2. Ibu Retno Widowati PA., M.SI. Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan untuk para mahasiswa Manajemen.
3. Ibu Hasnah Rimiyati, M. Si. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan karyawan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan bekal ilmu selama masa perkuliahan yang Insya Allah akan bermanfaat hingga nanti.
5. Semua pihak yang telah memberi dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 31 Desember 2020



Alhensa Ferinda Kencana Jelita

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. <i>Influencer</i> Media Sosial	8
2. Kredibilitas	8
3. Efektivitas Iklan	10
4. Sikap terhadap Iklan	11
5. Minat Beli Konsumen	12
B. Hasil Penelitian Terdahulu	13
C. Hipotesis	22
D. Model Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Objek dan Subjek Penelitian	29

1. Objek	29
2. Subjek	29
B. Jenis Data	29
C. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	30
D. Teknik Pengumpulan Data	31
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	33
F. Uji Kualitas Instrumen	35
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reliabilitas	37
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	44
1. Gambaran Objek Penelitian	44
2. Gambaran Umum Subjek Penelitian	45
3. Deskripsi Reponden	45
B. Uji Kualitas Instrumen	48
1. Uji Validitas	48
2. Uji Reliabilitas	49
C. Hasil Analisis dan Uji Hipotesis	51
1. Pembahasan Model Berdasarkan Teori	51
2. Menyusun Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>)	51
3. Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural	52
4. Input Matriks dan Estimasi Model	54
5. Identifikasi Model Struktural	56
6. Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	57
D. Pengujian Hipotesis	60
E. Pembahasan (Interpretasi)	65
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, SARAN	73
A. Simpulan	73
B. Keterbatasan Penelitian	73
C. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Followers	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.7 <i>Notes For Model</i>	53
Tabel 4.8 Menilai <i>Goodness of Fit</i>	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	25
Gambar 4.1 Diagram Alur	49
Gambar 4.2 Uji Model Measurement	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN	72
Lampiran 2 Blangko Revisi Seminar Proposal Skripsi.....	77
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden	78
Lampiran 4 Karakteristik Responden	87
Lampiran 5 Uji Validitas.....	88
Lampiran 6 Uji Reliabilitas	90
Lampiran 7 Model Persamaan Struktural	91
Lampiran 8 Uji Normalitas	92
Lampiran 9 Uji Outlier.....	93
Lampiran 10 <i>Goodness of Fit</i>	96
Lampiran 11 Uji Hipotesis.....	98
Lampiran 12 Hasil Turnitin.....	99