

**PENGARUH PERSEPSI *INFLUENCER* MARKETING, *INTEGRATED*
DIGITAL MARKETING, *MOBILE* MARKETING DAN *PUSH* *DIGITAL*
MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK
FASHION MUSLIM**

(Studi Kasus *Followers Instagram* Vanilla Hijab)



Oleh:

Aulia Rahmawati Susila

NIM : 20180730024

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **AULIA RAHMAWATI SUSILA**

NIM : **20180730024**

Judul : **PENGARUH PERSEPSI *INFLUENCER* MARKETING, INTEGRATED DIGITAL MARKETING, MOBILE MARKETING DAN PUSH DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK FASHION MUSLIM (Studi Kasus *Followers Instagram Vanilla Hijab*)**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh oranglain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 05 Oktober 2023

Yang membuat pernyataan



Aulia Rahmawati Susila

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamiin segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, nikmat dan kesempatan-Nya. Sholawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW. Penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul: “PENGARUH PERSEPSI *INFLUENCER MARKETING, INTEGRATED DIGITAL MARKETING, MOBILE MARKETING* DAN *PUSH DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK *FASHION MUSLIM* (Studi Kasus *Followers Instagram Vanilla Hijab*)”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, do'a serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan petunjuk untuk menuntun kejalan yang benar dan lurus.
2. Kedua orang tua saya tercinta dan tersayang yaitu Bapak Susila dan Ibu Uswatun Rohmawati, S.Ag. yang telah memberikan doa,

perhatian, kasih sayang dan semangat kepada saya hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

3. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., IPM., ASEAN.Eng. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Syakir Jamaluddin, M.A. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Bapak Dr. Homaidi Hamid, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Ibu Aqidah Asri Suwarsi, S.EI., M.E.I selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, masukan dan saran dengan penuh kesabaran hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Bapak Ibu Dosen serta semua Staff Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
8. Keluarga besar Tata Usaha Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membantu penulis dalam proses pengurusan administrasi.
9. Adik saya Najwa Qurrotu 'Aini yang selalu memberikan bantuan dan perhatian selama penulisan skripsi.
10. Seluruh responden yang bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.

11. Teman-teman seperjuangan yang telah membantu, memberikan dukungan, motivasi dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan guna perbaikan di masa yang akan datang dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 05 Oktober 2023

Penulis



Aulia Rahmawati Susila

DAFTAR ISI

COVER	
NOTA DINAS.....	i
PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II.....	12
LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Tinjauan Pustaka.....	12
B. Landasan Teori.....	18
1. <i>Grand Theory</i>	18
2. Minat Beli.....	18
3. Persepsi.....	22
4. <i>Influencer Marketing</i>	23
5. <i>Integrated Digital Marketing</i>	27
6. <i>Mobile Marketing</i>	29
7. <i>Push Digital Marketing</i>	32
C. Kerangka Berpikir.....	34

D. Hipotesis	34
BAB III.....	39
METODE PENELITIAN.....	39
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Populasi Dan Sampel.....	39
C. Teknik Pengumpulan Data	41
D. Jenis Dan Sumber Data	41
E. Definisi Operasional Variabel	42
F. Uji Validitas Dan Reliabilitas	44
G. Uji Asumsi Klasik	45
1. Uji Normalitas	45
2. Uji Multikolonieritas.....	46
3. Uji Heteroskedastisitas.....	46
4. Uji Linearitas	46
H. Teknik Analisis Data.....	47
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
2. Uji Koefisien Determinasi.....	47
3. Uji T.....	48
4. Uji Simultan (Uji F).....	48
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Gambaran Umum Vanilla Hijab	49
1. Profil Vanilla Hijab.....	49
2. Produk Vanilla Hijab	50
B. Hasil Penyebaran Kuesioner.....	50
C. Karakteristik Responden	51
D. Hasil Uji Analisis Penelitian.....	58
1. Uji Instrumen Penelitian	58
2. Uji Asumsi Klasik.....	62
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
E. Pembahasan	71
BAB V.....	80

SIMPULAN.....	80
A. Simpulan	80
B. Keterbatasan Dan Saran Penelitian Selanjutnya.....	81
C. Implikasi.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert.....	41
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 4. 1 Data Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4. 2 Data Jenis Pekerjaan.....	52
Tabel 4. 3 Alasan Pemilihan Vanilla Hijab.....	54
Tabel 4. 4 Data Platform.....	56
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel X1.....	58
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel X2.....	59
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel X3.....	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel X4.....	60
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	64
Tabel 4. 14 Hasil Uji Linearitas.....	65
Tabel 4. 15 Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	68
Tabel 4. 17 Uji T.....	69
Tabel 4. 18 Uji Simultan (Uji F).....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Tingkat Penurunan Penjualan	2
Gambar 4. 1 Diagram Jenis Kelamin.....	52
Gambar 4. 2 Diagram Jenis Pekerjaan.....	53
Gambar 4. 3 Diagram Alasan Pemilihan Vanilla Hijab.....	55
Gambar 4. 4 Diagram Platform	57