

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, *INFLUENCER*
MARKETING, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEWS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PRODUK
BUSANA MUSLIM ZAAFER INDONESIA DI KOTA
YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Oleh:

Yoga Dwi Nugraha

NIM: 20200730141

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2024

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, *INFLUENCER*
MARKETING, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEWS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PRODUK
BUSANA MUSLIM ZAAFER INDONESIA DI KOTA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Fakultas Agama Islam Program Studi Ekonomi Syariah Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh:

Yoga Dwi Nugraha

NIM: 20200730141

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2024

NOTA DINAS

NOTA DINAS

Yogyakarta, 14 Juni 2024

Lamp. : 4 eks. Skripsi

Hal : Persetujuan

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb.

Setelah menerima dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya berpendapat bahwa skripsi Saudara :

Nama : Yoga Dwi Nugraha


NIM : 20200730141

Judul : **Pengaruh Daya Tarik Iklan, Influencer Marketing Dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Zaafer Indonesia di Kota Yogyakarta**

Telah memenuhi syarat untuk diajukan pada ujian akhir tingkat Sarjana pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Bersama ini saya sampaikan naskah skripsi tersebut, dengan harapan dapat diterima dan segera dimunaqasyahkan. Atas perhatian Bapak diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Pembimbing,


Syarif As'ad, S.E.I., M.S.I
NIK. 19801230201110 113 041

PERNYATAAN KEASLIAN

v

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya bertandatangan dibawah ini:

Nama mahasiswa : Yoga Dwi Nugraha

NIM : 20200730141

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Iklan, *Influencer Marketing* Dan *Online Customer Reviews* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Zaafer Indonesia.

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

Yogyakarta,

Yang membuat pernyataan



Yoga Dwi Nugraha

NPM. 20200730141

MOTTO

*“Every day is a new opportunity to improve yourself. Take it and make the most of
it”*

~David Laid~

"Stay strong. Be brave. Go beyond."

~Cristiano Ronaldo~

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Dengan rahmat dan nikmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini didedikasikan kepada bapak tercinta, Misto, dan ibu tercinta, Seri Ema, yang selalu mendoakan, memberikan dukungan moral dan material, serta menemani setiap langkah perjalanan penulis. Penulis juga ingin menyampaikan penghargaan kepada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, khususnya Fakultas Agama Islam, Program Studi Ekonomi Syari'ah, yang telah membimbing penulis menjadi mahasiswa yang unggul dan islami.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Perbankan Digital di Indonesia". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas XYZ.

Penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT Tuhan semesta alam yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran bagi saya dalam menyelesaikan skripsi.
2. Bapak dan ibu serta keluarga yang selalu memberikan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Syarif As'ad. S.E.I., M.S.I . selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak Dr. Homaidi Hamid, M.Ag selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta., yang telah memberikan dukungan dan fasilitas yang diperlukan selama penulisan skripsi ini.
5. Ibu Amelia Pratiwi, S.E., M.E selaku dosen pembimbing akademik (DPA)
6. Seluruh Dosen program studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa studi.
7. Orang-orang spesial di lingkungan saya, yang sudah menemani saya melewati suka dan duka selama mengerjakan penelitian ini.
8. Teman-teman seperjuangan, satu bimbingan yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, dan motivasinya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini di masa mendatang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pembaca serta pihak-pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 24 – Juni - 2024

Penyusun,

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, overlapping loops and lines.

Yoga Dwi Nugraha
NIM 20200730141

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	<i>B</i>	-
ت	Tā	<i>T</i>	-
ث	Sā	<i>ṣ</i>	s (dengan titik diatas)
ج	Jīm	<i>J</i>	-
ح	Hā'	<i>ḥ</i>	h (dengan titik dibawah)
خ	Khā'	<i>Kh</i>	-
د	Dāl	<i>D</i>	-
ذ	Zāl	<i>Ẓ</i>	z (dengan titik diatas)
ر	Rā'	<i>R</i>	-
ز	Zā'	<i>Z</i>	-
س	Sīn	<i>S</i>	-
ش	Syīn	<i>Sy</i>	-
ص	Sād	<i>ṣ</i>	s (dengan titik dibawah)
ض	Dād	<i>ḍ</i>	d (dengan titik dibawah)
ط	Tā'	<i>.t</i>	t (dengan titik dibawah)
ظ	Zā'	<i>.z</i>	z (dengan titik dibawah)

ع	Aīn	‘	Koma terbalik ke atas
غ	Gaīn	<i>G</i>	-
ف	Fā’	<i>F</i>	-
ق	Qāf	<i>Q</i>	-
ك	Kāf	<i>K</i>	-
ل	Lām	<i>L</i>	-
م	Mīm	<i>M</i>	-
ن	Nūn	<i>N</i>	-
و	Wāwu	<i>W</i>	-
ه	Hā’	<i>H</i>	-
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Yā’	<i>Y</i>	-

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

م تعددة	Ditulis	<i>Muta’addidah</i>
عدة	Ditulis	‘ <i>iddah</i>

C. *Ta’ Marbūṭah* di akhir kata

a. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jiyah</i>

Ketentuan ini tidak diperlukan, bila kata-kata arab yang sudah

terserap kedalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya.

- b. Bila *ta' marbuṭah* diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua ituterpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-aulyā'</i>
-------------------	---------	--------------------------

- c. Bila *ta' marbuṭah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis *t*

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāt al-fītr</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

◌َ	<i>fathah</i>	ditulis	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	ditulis	I
◌ُ	<i>ḍammah</i>	ditulis	U

E. Vokal Panjang

1	<i>fathah + Alif</i> جاهلية	Ditulis Ditulis	<i>Ā Jāhiliyah</i>
2	<i>fathah + ya' mati</i> تنسى	Ditulis Ditulis	<i>Ā Tansā</i>
3	<i>kasrah + ya' mati</i> كري	Ditulis Ditulis	<i>Ī Karīm</i>

4	<i>ḍammah + wawu mati</i> فروض	Ditulis Ditulis	Ū <i>Furūd</i>
---	-----------------------------------	--------------------	----------------

F. Vokal Rangkap

1	<i>fathah + ya' mati</i> بينك م	Ditulis Ditulis	<i>Ai bainakum</i>
2	<i>fathah + wawu mati</i> قول	Ditulis Ditulis	<i>Au Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنت م	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرت	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang *Alif + Lam*a. Bila diikuti huruf *Qamariyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf

Syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (*el*)-nya

السماء	Ditulis	<i>as –Samā'</i>
--------	---------	------------------

الشمس	Ditulis	<i>asy- Syams</i>
-------	---------	-------------------

- I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat ditulis menurut bunyi
ataupengucapannya

ذوى الفرو	Ditulis	<i>Zawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

NOTA DINAS	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	8
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu Dan Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu	8
C. Landasan Teori	10
D. Pengertian Keputusan Pembelian	11
E. Pengertian Daya Tarik Iklan	13
F. Pengertian Influencer Marketing	16
G. Pengertian Online <i>Customer Reviews</i>	21
H. Hubungan Antar Variabel	22
I. Kerangka Teori	24
J. Pengembangan Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Subjek Dan Objek.....	27
B. Jenis Penelitian	27
C. Populasi dan Sampel	27

D. Teknik Pengumpulan Data.....	29
E. Jenis dan Sumber Data	29
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	30
G. Uji Kualitas Instrumen	34
H. Teknik Analisis Data.....	35
5. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	38
B. Subjek Penelitian	40
C. Deskripsi Responden	40
BAB V PENUTUP	55
A. Kesimpulan.....	55
B. Keterbatasan	55
C. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert.....	29
Tabel 4.1 data responden berdasarkan jenis kelamin	41
Tabel 4.2 data responden berdasarkan pekerjaan	41
Tabel 4.3 data responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	42
Tabel 4.4 data responden berdasarkan pendapatan perbulan.....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Daya Tarik Iklan	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Influencer Marketing.....	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Online <i>Customer Reviews</i>	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Item Variabel Penelitian	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 4.13 Hasil analisis regresi linier berganda	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Model Penelitian	25
Gambar 4.1 contoh busana dan influencer zafer	38
Gambar 4.2 contoh ulasan pelanggan zafer	39
Gambar 4.3 Contoh Influencer zafer	51