

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, *INFLUENCER MARKETING* DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEWS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Pengguna *e-commerce* Shopee di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF ADVERTISING ATTRACTIVENESS, INFLUENCER
MARKETING AND ONLINE CUSTOMER REVIEWS ON PURCHASING
DECISIONS AT SHOPEE
(Study on Shopee e-commerce user in Yogyakarta)***



Disusun Oleh:

LUCKY DWI SYAMSUDIN

20200410151

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

2024

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, *INFLUENCER MARKETING* DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEWS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Pengguna *e-commerce* Shopee di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF ADVERTISING ATTRACTIVENESS, INFLUENCER
MARKETING AND ONLINE CUSTOMER REVIEWS ON PURCHASING
DECISIONS AT SHOPEE
(Study on Shopee e-commerce user in Yogyakarta)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

LUCKY DWI SYAMSUDIN

20200410151

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAN YOGYAKARTA
2024**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Lucky Dwi Syamsudin

NIM : 20200410151

Menyatakan bahwa skripsi ini berjudul “Pengaruh Daya Tarik Iklan, *Influencer Marketing* dan *Online Customer Reviews* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna *e-commerce* Shopee di Yogyakarta)” tidak ada karya ilmiah yang pernah diajukan untuk gelar kesarjanaan di universitas ini. Selain itu, tidak ada pendapat atau tulisan yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang disebutkan secara tertulis dalam naskah ini dan didaftarkan dalam daftar pustaka. Jika terbukti bahwa ada pendapat atau tulisan yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta.

Lucky Dwi Syamsudin

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya kepada kami sehingga kami dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam tak henti-hentinya kami sanjungkan kepada junjungan kami Nabi Muhammad SAW, sebagai penutup dari seluruh rasul yang diutus oleh Allah SWT.

Penulisan skripsi ini merupakan hasil kerja keras dan dedikasi kami yang tak terhitung waktu dan pengorbanan. Dalam penulisan skripsi ini, kami mengangkat topik yang berjudul "Pengaruh Daya Tarik Iklan, *Influencer Marketing* dan *Online Customer Reviews* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna *e-commerce* Shopee di Yogyakarta)".

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk mengkaji Pengaruh Daya Tarik Iklan, *Influencer Marketing* dan *Online Customer Reviews* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna *e-commerce* Shopee di Yogyakarta). Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bapak Dr. Rizal Yaya S.E., M. Sc, Ac CA yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama menyelesaikan studi.
2. Kepala prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, S., M.Si. yang telah

memberikan petunjuk dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi dan penelitian di jurusan Manajemen.

3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan memberikan masukan dengan baik, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasehat, motivasi dan berbagai pengalaman kepada peneliti dengan penuh keikhlasan dan kesabaran selama penulis menyelesaikan karya tulis ini.
4. Seluruh Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya Prodi Manajemen yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis selama dibangu perkuliahan.
5. Semua pihak yang memberikan dukungan, bantuan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Sebagai penutup, penulis ingin menyampaikan bahwa meskipun skripsi ini belum sempurna, penulis menyadari bahwa masih ada ruang untuk perbaikan. Oleh karena itu, kritik, saran, dan penelitian lebih lanjut akan sangat diperlukan untuk meningkatkan kedalaman penulisan mengenai topik ini.

MOTTO

”Cahaya masa lalu akan semakin terang untuk menuntun
perjalanan kita di masa depan”

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai diwaktu yang tepat. Ungkapan terimakasih ini penulis sampaikan kepada:

1. kedua orang tua saya, ibu (Yamtini) dan bapak (Yoyok) serta saudara saya (Ratih Pramuning Tyas) yang selalu memberikan saya semangat dan dukungan serta berkat doa orang tua saya berikan dalam proses pengerjaan skripsi.
2. Sahabat perkuliahan saya (Fillah, Bintang, Dini, Devi, Gilang) yang selalu memberikan dukungan dan saran dalam mengerjakan skripsi.
3. Teman main saya (Dhifan, Yoga, Akram) yang selalu memberikan semangat dalam proses pengerjaan skripsi.
4. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas segala bentuk dukungan dan bantuan dari kalian.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori	11
B. Definisi Konseptual.....	15
1. Keputusan Pembelian.....	15
2. Daya Tarik Iklan.....	18
3. <i>Influencer Marketing</i>	20
4. <i>Online Customer Reviews</i>	21
C. Penelitian Terdahulu.....	22
D. Pengembangan Hipotesis	29
1. Daya Tarik Iklan dan Keputusan Pembelian	29
2. <i>Influencer Marketing</i> dan Keputusan Pembelian.....	30
3. <i>Online Customer Reviews</i> dan Keputusan Pembelian	31
E. Model penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Pendekatan Penelitian	33
B. Objek dan Subjek Penelitian	33
C. Jenis Data	35
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian	38
G. Uji Kualitas Pertanyaan.....	39
1. Uji Validitas Instrumen Penelitian	39

2. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	40
H. Uji Analisis Data dan Hipotesis	40
1. Uji Analisis Data	40
2. Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
B. Gambaran Umum Subjek Penelitian	46
1. Pengumpulan Data dan Hasil Kuesioner.....	46
2. Usia Responden <i>e-commerce</i> Shopee di Yogyakarta	46
3. Jenis Kelamin Responden <i>e-commerce</i> Shopee di Yogyakarta	47
4. Pendapatan Responden <i>e-commerce</i> Shopee di Yogyakarta.	47
C. Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	48
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Reliabilitas	50
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis dan Analisis Data)	51
1. Analisis Regresi Linier Berganda	51
E. Pembahasan	56
1. Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.	56
2. Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
3. Pengaruh <i>Online Customer Reviews</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	61
A. Simpulan.....	61
B. Keterbatasan Penelitian	62
C. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

1.1	Survey E-Commerce	2
1.2	Wilayah E-Commerce Terbesar di Indonesia.....	5
2.1	Penelitian Terdahulu.....	22
3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	38
4.1	Usia Responden.....	46
4.2	Jenis Kelamin Responden	47
4.3	Pendapatan Per Bulan Responden.....	47
4.4	Hasil Uji Validitas Dari item-item Variabel Penelitian	49
4.5	Hasil Uji Reliabilitas	50
4.6	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	52
4.7	Hasil Uji F.....	53
4.8	Hasil Uji t.....	54
4.9	Hasil Uji Koefisien Determinasi	56

DAFTAR GAMBAR

2.1	Model Penelitian	32
-----	------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian	69
2. Data Penelitian Responden	75
3. Uji Validitas dan Reabilitas	88
4. Uji F	91
5. Uji Regresi Berganda	91
6. Uji Koefisien Determinasi	91