

**ANALISIS PENGARUH INFLUENCER TERHADAP MINAT BELI PRODUK  
FASHION DI INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA INFLUENCER TANTRI  
NAMIRAH DAN SORAYA ULFA)**

**TUGAS AKHIR**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**VIRDA SELIYANTI  
1181901041**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
TAHUN 2019**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Virda Seliyanti**

**NIM : 1181901041**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : 28 Februari 2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Virda Seliyanti

NIM : 1181901041

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Influencer terhadap Minat Beli Produk Fashion di Instagram (Studi kasus pada Influencer Tantri Namirah dan Soraya Ulfa)

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Arief B Suharko, B.S.E.E., M.S.E.E., Ph.D., CPIM (.....)

Penguji I : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM (.....)

Penguji II : M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D (.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Februari 2020

## KATA PENGANTAR

Puji serta syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk dan rahmat-Nya bagi kita semua sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Influencer terhadap Minat Beli Produk Fashion di Instagram (Studi kasus pada influencer Tantri Namirah dan Soraya Ulfa) Tugas akhir ini disusun sebagai syarat untuk melaksanakan tugas akhir Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Arief B Suharko, B.S.E.E., M.S.S.E.E., Ph.D, C.P.I.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penulisan tugas akhir ini;
2. Dominica Arni Widyastuti, SE., MM selaku dosen penguji yang telah menyediakan waktunya untuk mengarahkan dan memberi masukan kepada penulis dalam penulisan tugas akhir ini;
3. M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D selaku dosen penguji yang telah menyediakan waktunya untuk mengarahkan dan memberi masukan kepada penulis dalam penulisan tugas akhir ini;
4. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
5. Kedua orang tua saya Bapak Dadang Sudarma dan ibu Yuliyanti dan juga kakak saya Heidy Putri Permatasari yang selalu memberikan dukungan, semangat baik moril maupun materil kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini.
6. Teman-teman Program Studi Manajemen angkatan 2018 Batch 10 yang selalu memberikan dukungan dan informasi kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.

7. Teman-teman saya Ilham Gafar yang selalu memberikan support, Anita Hardiani, Izdihar Farah dan Dinda Larissa yang telah memberikan dukungan.
8. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa selalu membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 28 Februari 2020



Virda Seliyanti

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Virda Seliyanti  
NIM : 1181901041  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Empiris (Skripsi)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hal Bebas Royalti Noneksklusif** (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Analisis Pengaruh Influencer terhadap Minat Beli Produk Fashion di Instagram (Studi kasus pada influencer Tantri Namirah dan Soraya Ulfa)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28 February 2020

Yang menyatakan



( Virda Seliyanti )

**“Analisis Pengaruh Influencer terhadap Minat Beli Produk Fashion di Instagram (Studi kasus pada influencer Tantri Namirah dan Soraya Ulfa)”**

Virida Seliyanti<sup>1</sup>

---

**ABSTRAK**

*Abstrak-* Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Influencer, Minat Beli terhadap Produk Fashion di Instagram. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 122 orang responden yang diambil dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana disertai dengan uji t dan uji anova satu arah. Proses perhitungan menggunakan SPSS 21.0. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Influencer Tantri Namirah berpengaruh secara positif terhadap minat beli produk fashion di instagram, sedangkan Influencer Soraya Ulfa juga memiliki pengaruh positif terhadap minat beli produk fashion di Instagram. Tetapi dari kedua influencer tersebut Soraya Ulfa memiliki pengaruh yang lebih besar pada uji regresi linear sederhana 58,5 % dan pada uji anova satu arah dengan mean 31,17.

Kata kunci: Influencer, Minat Beli, Produk Fashion, Instagram

*Analysis of the Effect of Influencers on Buying Interest in Fashion Products Instagram (A Case Study to Influencer Tantri Namirah and Soraya Ulfa)*

Virda Seliyanti<sup>1</sup>

---

**ABSTRACT**

*Abstract- The purpose of this study is to determine the effect of Influencers, Buying Interest on Fashion Products on Instagram. This type of research is quantitative. The sample in this study were 122 respondents taken by purposive sampling technique. Data analysis techniques using simple linear regression analysis accompanied by t test and one-way ANOVA test. The calculation process uses SPSS 21.0. The test results show that Influencer Tantri Namirah has a positive influence on buying interest in fashion products on Instagram, while Influencer Soraya Ulfa also has a positive influence on buying interest in fashion products on Instagram. But of the two influencers, Soraya Ulfa had a greater influence on the 58.5% simple linear regression test and on the one-way ANOVA test with a mean of 31.17.*

*Keywords: Influencer, Buying Interest, Product Fashion, Instagram*



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Pembatasan Masalah .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
1.6 Sistematika Penulisan .....	4
BAB II .....	6
LANDASAN TEORI .....	6
2.1 Kajian Pustaka .....	6
2.1.1 Promosi .....	6
2.1.2 Instagram .....	7
2.1.3 Influencer .....	9
2.1.4 Minat Beli .....	12
2.2 Penelitian Terdahulu .....	14
2.3 Kerangka Pemikiran .....	15
BAB III .....	16

METODOLOGI PENELITIAN .....	16
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	16
3.2 Sumber Data .....	16
3.2.1 Data Primer .....	16
3.2.2 Data Sekunder .....	16
3.3 Populasi dan Sampel .....	16
3.3.1 Populasi .....	16
3.3.2 Sampel .....	17
3.4 Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data .....	17
3.4.1 Teknik Pengambilan Sampel .....	17
3.4.2 Pengolahan Data .....	18
3.4.3 Penelitian Lapangan .....	18
3.4.4 Penelitian Kepustakaan .....	19
3.5 Metode Pengolahan Data .....	19
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	19
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	20
3.8 Metode Analisis Data .....	20
3.9 Variabel Operasional .....	22
BAB IV .....	23
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	23
4.1 Gambaran Umum Influencer .....	23
4.1.1. Profil Influencer .....	23
4.2 Karakteristik Responden .....	26
4.2.1 Karakteristik responden berdasarkan usia .....	26
4.2.2 Karakteristik responden berdasarkan profesi .....	26
4.2.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir .....	28
4.2.4 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan .....	28
4.2.5 Karakteristik responden berdasarkan pemilihan influencer .....	29
4.2.6 Karakteristik responden berdasarkan alasan memilih influencer .....	29

4.2.7 Karakteristik responden berdasarkan lama penggunaan instagram .....	30
4.2.8 Karakteristik responden berdasarkan info produk baru di instagram .....	31
4.2.9 Karakteristik responden berdasarkan mengetahui instagram influencer ....	31
4.3 Karakteristik Influencer Tantri Namirah.....	33
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	33
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	35
4.3.3 Uji Regresi Linear Sederhana Tantri Namirah .....	36
4.3.4 Uji Parsial (Uji T) Tantri Namirah .....	37
4.4 Karakteristik Influencer Soraya Ulfa .....	38
4.4.1 Uji Validitas dan Reabilitas .....	38
4.5 Uji Asumsi Klasik Soraya Ulfa.....	41
4.5.1 Uji Regresi Linear Sederhana Soraya Ulfa.....	42
4.5.2 Uji Parsial (Uji T) Soraya Ulfa .....	43
4.6 Uji Anova Satu Arah .....	44
4.7 Pembahasan.....	46
4.7.1 Influencer Tantri Namirah terhadap Minat Beli .....	46
4.7.2 Influencer Soraya Ulfa terhadap Minat Beli.....	47
BAB V .....	48
KESIMPULAN & SARAN .....	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA .....	49
LAMPIRAN.....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Social Media.....	2
---------------------------------------	---

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Tabel 2.1 Kategori Influencer.....	11
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Variabel Operasional.....	22
Tabel 4.1 Engagement Rate Tantri Namirah.....	24
Tabel 4.2 Engagement Rate Soraya Ulfa.....	25
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	26
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Profesi.....	27
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	28
Tabel 4.6 Karakteristik Responden berdasarkan pendapatan perbulan.....	28
Tabel 4.7 Karakteristik Responden berdasarkan pemilihan influencer.....	29
Tabel 4.8 Karakteristik Responden berdasarkan alasan memilih influencer.....	30
Tabel 4.9 Karakteristik Responden berdasarkan lama penggunaan Instagram.....	30
Tabel 4.10 Karakteristik Responden berdasarkan info produk baru di Instagram....	31
Tabel 4.11 Karakteristik Responden berdasarkan mengetahui Instagram influencer	31
Tabel 4.12 Pernyataan Responden.....	32
Tabel 4.13 Uji Validitas Influencer Tantri Namirah.....	33
Tabel 4.14 Uji Validitas Minat Beli Tantri Namirah.....	34
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Tantri Namirah.....	35
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedasitas Tantri Namirah.....	35

Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas P plot Tantri Namirah.....	36
Tabel 4.18 Anova.....	37
Tabel 4.19 Coefficients.....	37
Tabel 4.20 Coefficients.....	38
Tabel 4.21 Uji Validitas Influencer Soraya Ulfa.....	39
Tabel 4.22 Uji Validitas Minat Beli Soraya Ulfa.....	40
Tabel 4.23 Uji Reliabilitas Soraya Ulfa.....	41
Tabel 4.24 Hasil Uji Heteroskedasitas Soraya Ulfa.....	41
Tabel 4.25 Hasil Uji Normalitas P plot Soraya Ulfa.....	42
Tabel 4.26 Anova.....	43
Tabel 4.27 Coefficients.....	43
Tabel 4.28 Model Summary.....	44
Tabel 4.29 Anova Satu Arah Influencer.....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran SPSS.....	52
Lampiran Kuesioner.....	53