

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

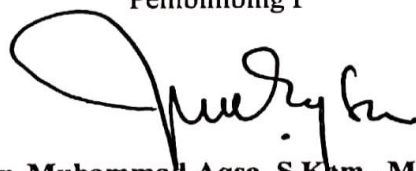
**ANALISIS PENGGUNAAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER*
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
(Studi pada Pengguna Instagram di Kota Palopo)**

Disusun dan diajukan oleh

**Nadila
201620072**

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal 24 September 2020

Pembimbing I



Dr. Muhammad Aqsa, S.Kom., M.Si.

Pembimbing II



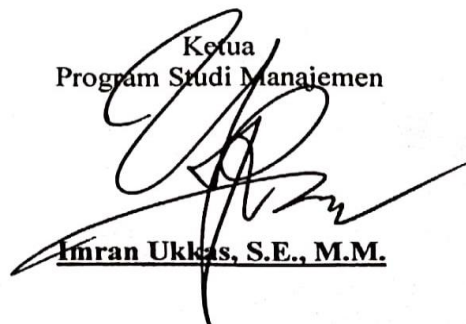
Dr. M. Risal, S.E., M.Si.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palopo



Hapid, S.E., M.M.

Ketua
Program Studi Manajemen



Imran Ukhas, S.E., M.M.

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

SKRIPSI

**ANALISIS PENGGUNAAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER*
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
(Studi pada Pengguna Instagram di Kota Palopo)**

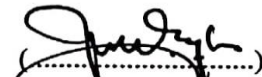
Disusun dan diajukan oleh

**Nadila
201620072**

Telah dipertahankan dalam ujian Skripsi pada tanggal 24 September 2020 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.

Susunan Dewan Penguji

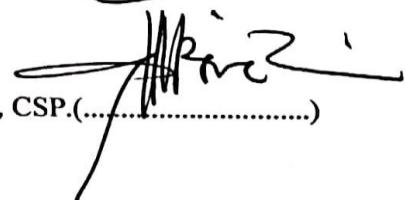
1. Penguji : Dr. Muhammad Aqsa, S.Kom., M.Si.



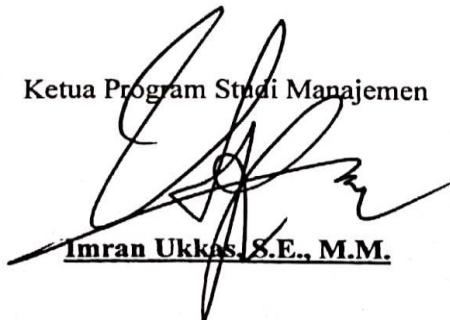
2. Penguji : Dr. Salju, S.E., M.M.



3. Penguji : Dr. Rismawati, SE., MSA., CSRS., CSRA., CSP.(.....)



Ketua Program Studi Manajemen



Imran Ukkes, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nadila
Nim : 201620072
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGGUNAAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* (Studi pada Pengguna Instagram di Kota Palopo)

Menyatakan adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat secara keseluruhan atau sebagian dari skripsi karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi dari akademik yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan saya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Palopo, 29 September 2020
Yang memberi pernyataan



Nadila
NIM. 201620072

Daftar Riwayat Hidup

1. Data pribadi

- a. Nama : Nadila
- b. Tempat tanggal lahir : Malangke IV, 27 Februari 1999
- c. Agama : Islam
- d. Pekerjaan : Mahasiswa
- e. Alamat rumah/hp : Desa Pince Pute (Malangke IV) / 082298804262

2. Nama Orang Tua

- a. Ayah : Sukur
- b. Ibu : Jumarni

3. Pendidikan

- a. SD Negeri 131 Pince Pute, Tamat Tahun 2010
- b. SMP Negeri 4 Malangke, Tamat Tahun 2013
- c. SMA Negeri 1 Masamba, Tamat Tahun 2016

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabaarakatuh.

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penelitian ini dan skripsi ini dapat terselesaikan “ Analisis Penggunaan *Social Media Influencer* Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Pada Pengguna Instagram di Kota Palopo)”, sholawat serta salam tak lupa pula saya kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW. Beserta para sahabat dan keluarga beliau yang telah memberikan tauladan dalam menjalani kehidupan di dunia dan di akhirat.

Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana ekonomi program strata satu (S-1) Universitas Muhammadiyah Palopo.

Selama penelitian dan penyusunan laporan yang ada dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Semua kendala tersebut dapat saya atasi berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari beberapa pihak oleh karena itu, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Teristimewa skripsi ini penulis persembahkan dan sebagai bentuk penghargaan setinggi-tingginya untuk kedua orang tuaku ibu Jumarni dan bapak Sukur yang sudah memberikan kasih sayang dari kecil hingga sampai saat ini, dan doa yang tiada hentinya kepada penulis.
2. Kepada saudara kandungku (Fadil ahmad, zulfikar, Indi Nila Sari), terima kasih atas dukungan dan doa dari kalian, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

3. Terima kasih kepada Andy yang telah mendukung dan memberikan motivasi kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan Skripsi ini.
4. Kepada Bapak Dr. Muhammad Aqsa ,S.Kom ., M.Si, selaku dosen pembimbing pertama saya yang telah banyak mengorbankan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan saya bimbingan serta saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
5. Kepada Bapak Dr, M. Risal , S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing kedua saya yang telah banyak mengorbankan waktu, tenaga untuk memberikan saya bimbingan serta saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Bapak Dr. Salju, S.E., M.M, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Palopo.
7. Kepada Bapak Imran ukkas, S.E., M.M., selaku ketua program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palopo.
8. Kepada Bapak Hapid, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.
9. Para sahabat tercinta (Nillasari, Novianti, Muhammad Syahril, riskayanti, Rini Pata'dungan) terima kasih atas dorongan dan motivasi dari kalian.
10. Teman-teman KKN, Posko 6 Desa Padang Kalua (Rustam Jufri, Nersiyanti, Ade Putri Darmika, Musbal, Armanto, Nurhidaya Hasyim, Bela Rini Handini, Munira, Rika Rahim, Nopelia Baselo, Hidayati, Ilham Jumaing, dan Ayu Safitri Macca). Terima kasih atas rasa persaudaraan dan kebersamaan selama proses berlangsungnya KKN di Posko 6 Desa Padang Kalua.

11. Teman-teman se-Angkatan terkhusus untuk kelas manajemen A2 tahun 2016 Universitas Muhammadiyah Palopo, terima kasih atas rasa persaudaraan dan kebersamaan yang selama ini dilewati bersama-sama selama proses perkuliahan.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis, yang tidak bisa penulis sebutkan, namun tidak mengurangi rasa terima kasih penulis atas bantuannya yang sangat berarti.

Palopo, 29 September 2020
Penulis,

Nadila
NIM. 201620072

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pemasaran Digital	6
2.2 <i>Influencer</i>	7
2.2.1 Tujuan <i>Influencer</i>	10
2.2.2 Jenis-Jenis <i>Influencer</i>	11
2.3 <i>Brand Awareness</i>	12
2.3.1 Aspek – aspek <i>Brand awareness</i>	12
2.3.2 Indikator <i>Brand awareness</i>	14
2.4 Penelitian Terdahulu	14
2.5 Hubungan Antar Variabel	18
2.6 Kerangka Konseptual	19
2.7 Hipotesis.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Desain Penelitian	20
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian	20
3.2.1 Tempat penelitian	20
3.2.2 Waktu penelitian	21
3.3 Jenis Dan Sumber Data	21

3.4 Populasi Dan Sampel	21
3.4.1 Populasi	21
3.4.2 Sampel	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data	23
3.6 Definisi Variabel Dan Definisi Operasional	24
3.6.1 Definisi Variabel	24
3.6.2 Definisi Operasional	25
3.7 Uji Validitas Dan Uji Realibilitas	25
3.7.1 Uji Validitas	25
3.7.2 Uji Realibilitas	26
3.8 Metode Analisis Data	27
3.9 Uji Determinasi R^2	28
3.10 Uji t	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Dan Profil Instgram	29
4.2 Deskripsi Data	30
4.2.1 Analisis Deskripsi Responden	30
4.3 Uji Data	36
4.3.1 Uji Validitas	36
4.3.2 Uji Realibilitas	37
4.4 Regresi Linear Sederhana	38
4.5 Uji Determinasi	39
4.6 Uji t	40
4.7 Pembahasan	41
BAB V PENUTUP	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran	43
Daftar rujukan	44
Lampiran	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	31
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	32
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan	32
Tabel 4.5 Statistik Deskripsi Instrument Penelitian Variabel Influencer	33
Tabel 4.6 Statistik Deskripsi Responden Variabel Brand Awareness	34
Tabel 4.7 Uji Validitas	37
Tabel 4.8 Uji Realibilitas	37
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	38
Tabel 4.10 Hasil Uji Determinasi.....	39
Tabel 4.11 Hasil Uji t	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka konseptual	19
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	49
Lampiran 2 : Hasil Perhitungan Kuesioner	52
Lampiran 3 : Uji Validitas	57
Lampiran 4 : Hasil Uji Realibilitas	60
Lampiran 5 : Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	60
Lampiran 6 : Hasil Uji determinasi	61
Lampiran 7 : Hasil Uji t	61
Lampiran 8 : Hasil analisis statistik deskriptif	61
Lampiran 9 : r-tabel, t-tabel	64
Lampiran 10 : Karakteristik Responden	67
Lampiran 11 : Permohonan Penelitian.....	69
Lampiran 12 : Izin Meneliti	70
Lampiran 13 : Uji Turnitin.....	71

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *social media influencer* berpengaruh terhadap brand awareness (studi pada pengguna instagram di kota palopo). Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diambil menggunakan kepustakaan serta pembagian angket kepada 100 orang pengguna instagram di kota palopo. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana, dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *social media influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*. Hal itu dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $8.426 > 1.660$ dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. hal ini menunjukkan bahwa pengguna *social media influencer* dapat meningkatkan *brand awareness*.

Kata Kunci: influencer Sosial Media dan kesadaran merek.

ABSTRACT

This study aims to determine whether social media influencers have an effect on brand awareness (a study on Instagram users in the city of Palopo). This study uses secondary data which is taken using literature and distributing questionnaires to 100 Instagram users in the city of Palopo. Data analysis in this study uses simple regression analysis, where the results of this study show that social media influencers have a positive and significant effect on brand awareness. This is evidenced by the value of $t_{count} > t_{table}$, namely $8,426 > 1,660$ and a significant value of $0,000 < 0,05$. This shows that social media influencer users can increase brand awareness.

Keywords: Social Media influencers and brand awareness.

Ndila Dilla

NADILA.docx

Sources Overview

27%

OVERALL SIMILARITY

1	repository uinsu.ac.id	9%
2	repository unhas.ac.id	2%
3	id123dok.com	1%
4	administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id	1%
5	mpira.ub.uni-muenchen.de	<1%
6	eprints.iain-surakarta.ac.id	<1%
7	repository.ikado.ac.id	<1%
8	elitemarketer.id	<1%
9	konsultasiskripsi.com	<1%
10	kumparan.com	<1%
11	repository.uinjkt.ac.id	<1%
12	ejournal.undip.ac.id	<1%
13	www.scribd.com	<1%
14	rizkiagustianiki.blogspot.com	<1%
15	repository.ar-raniry.ac.id	<1%
16	www.nlagahoster.co.id	<1%
17	eprints.undip.ac.id	<1%
18	repository.unpas.ac.id	<1%

ACC
19/9/2020
TENRI AMPA