

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

**PENGARUH KREDIBILITAS PERUSAHAAN DAN *INFLUENCER*
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMEBELIAN KONSUMEN**

(studi kasus konsumen online di kota palopo)

Disusun dan diajukan oleh

**Nursamsiani
201620083**

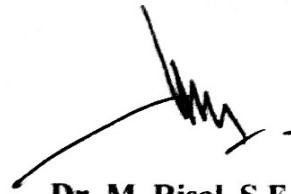
Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal 19 November 2020

Pembimbing I



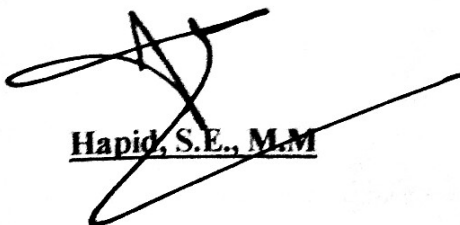
Dr. Muhammad Aqsa, S.Kom., M.Si

Pembimbing II



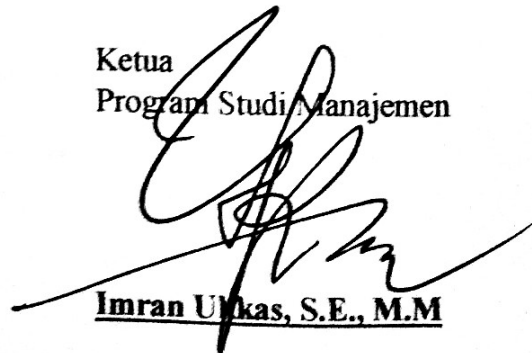
Dr. M. Risal, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palopo



Hapid, S.E., M.M

Ketua
Program Studi Manajemen



Imran Ulhas, S.E., M.M

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

SKRIPSI



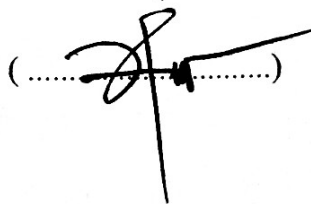
PENGARUH KREDIBILITAS PERUSAHAAN DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (studi kasus konsumen online di Kota Palopo)

Disusun dan diajukan oleh

**Nursamsiani
201620083**

Telah dipertahankan dalam ujian Skripsi pada tanggal 19 November 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 : Samsinar, S.Pd, M.Pd ()
3. Penguji : Haedar, SE, MM ()

Ketua Program Studi Manajemen


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

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nursamsiani
NIM : 201620083
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Kredibilitas Perusahaan dan Influencer
Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat secara keseluruhan atau sebahagian dan Skripsi serta Karya Ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka Saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan saya).

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palopo,
Yang membuat pernyataan

(NURSAMSIANI)

NIM.201620083

BIODATA PENULIS

A. Data Pribadi

1. Nama Lengkap : Nursamsiani
2. Tempat Tanggal Lahir : Pandak, 12 oktober 1998
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Desa Pandak, Kec.Masamba.
Kab.Luwu Utara
5. E-mail : samsianinur@gmail.com
6. Kontak Pribadi : 085331284166

B. Nama Orang Tua

- a. Ayah : Putut Jatmiko
- b. Ibu : Tabonia

C. Riwayat Pendidikan

1. SDN 093 Pandak : (2003-2009)
2. SMPN 2 Masamba : (2009-2012)
3. SMAN 1 Masamba : (2012-2015)
4. Universitas Muhammadiyah Palopo : (2016-2020)

D. Pengalaman Organisasi

1. Palang Merah Remaja
2. HMJ Manajemen
3. Trip Trooper

Palopo,

Nursamsiani

PRAKATA

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'Alikum Wr.Wb

Puji syukur kepada Allah Swt atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan Skripsi: “pengaruh kredibilitas perusahaan dan influencer marketing terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi konsumen online di kota palopo)”.

Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Manajemen program Strata Satu (S-1) Universitas Muhammadiyah Palopo.

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

1. Bapak Dr. Muhammad Aqsa S.kom.,M.Si selaku dosen pembimbing pertama yang telah mengorbankan waktunya, tenaga dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Bapak Dr. M. Risal , S.E., M.Si selaku dosen pembimbing kedua yang telah mengorbankan waktunya, tenaga dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

3. Bapak Imran Ukkas, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Management.
4. Bapak Hapid, S.E, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Dosen Universitas Muhammadiyah Palopo, yang telah memberikan bekal ilmu ke pada penulis.
6. Kedua orang tuaku, bapak dan mama' yang selalu mendoakan dengan ketulusan, kasih sayang dan telah memberikan segala yang terbaik bagi penulis untuk segera menyelesaikan studi ini.
7. Saudara-saudaraku, kakakku yang tercinta Yunita Ekawati, S.Kep., Ns. dan Evi Wulan Sari, S.E. serta adikku Muh. Ilham yang selama ini memberikan semangat dan dorongan, baik itu dalam bentuk moril maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman-teman seperjuangan Dhipsi (yayan), Lala (wardah), Poo (ina) serta teman yang tak sempat penulis sebutkan terima kasih telah ikut serta membantu dan menjadi pendengar setia penulis dalam meneliti.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa Skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya konstruksif dari berbagai pihak dengan senang hati penulis akan menerimanya. Tiada imbalan yang dapat diberikan oleh penulis, hanya kepada Allah Swt penulis menyerahkan segalanya dan semoga bantuan yang diberikan selama ini bernilai ibadah disisi-Nya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPDSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
BIODATA PENULIS	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kredibilitas Perusahaan	5
2.2 Influencer Marketing	10
2.3 Keputusan Pembelian Konsumen	17
2.4 Penelitian Terdahulu	28
2.5 Kerangka Konseptual	33
2.6 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Tempat Dan Waktu	35
3.2 Populasi Dan Sampel	35
3.3 Jenis Dan Sumber Data	37
3.4 Teknik pengumpulan data	37
3.5 Variabel penelitian dan definisi operasional	38

3.6 Instrumen Penelitian	39
3.7 Analisis Data	40
3.8 Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.2 Karakteristik Responden	44
4.3 Deskriptif Responden	46
4.4 uji kualitas data	47
4.5 hasil analisis regresi linear berganda	50
4.6 uji koefisien determinasi	51
4.7 Uji Hipotesis	52
4.8 Pembahasan.....	54
BAB V PENUTUP.....	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	57
Daftar Rujukan	59
Lampiran	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1. Definisi Operasional	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Konsumen Online Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Konsumen Online Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4.4 Deskriptif Responden Variabel Kredibilitas Perusahaan (X1)	47
Tabel 4.5 Deskriptif Responden Variabel Influencer Marketing (X2)	48
Tabel 4.6 Deskriptif Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4.7 Uji Validitas	49
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Untuk Variabel (X1), (X2), Dan (Y)	50
Tabel 4.9 Hasil Analisa Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.10 Hasil uji determinasi (R^2).....	53
Tabel 4.11 Tabel hasil uji t.....	53
Tabel 4.12 Hasil uji f.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	34
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	63
Lampiran 2: Hasil Perhitungan Kuesioner Kredibilitas Perusahaan (X1), Influencer Marketing (X2), Keputusan Pembelian (Y).....	65
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas:	71
Lampiran 4 :Hasil Uji Reabilitas	72
Lampiran 5: Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	73
Lampiran 6: Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	73
Lampiran 7: Hasil Uji T Dan Uji F	73

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kredibilitas perusahaan dan influencer marketing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen online di Kota Palopo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data primer, metode pengambilan data menggunakan survei kuesioner kepada 60 orang konsumen online yang ada di Kota Palopo. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, setelah data di kumpulkan, data analisis menggunakan program SPSS (*statistic product and service solution*) versi 22. Hasil penelitian dengan analisis regresi linear berganda melalui uji t, kredibilitas perusahaan (X1) terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian, influencer marketing (X2) terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, melalui uji F (simultan) semua variabel independen dalam penelitian ini secara sama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Kata kunci : kredibilitas perusahaan, influencer marketing, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine whether the credibility of the company and influencer marketing has a significant effect on online consumer purchasing decisions in Palopo City. The research method used is a quantitative method using primary data, the data collection method using a questionnaire survey to 60 online consumers in Palopo City. The analysis in this study used multiple linear regression analysis, after the data was collected, the data were analyzed using the SPSS (statistical product and service solution) version 22 program. purchasing, influencer marketing (X2) is proven to have a significant effect on purchasing decisions, through the F test (simultaneous) all independent variables in this study equally have a significant effect on the dependent variable, namely purchasing decisions.

Keywords: company credibility, influencer marketing, and purchasing decisions