

**PENGARUH INFLUENCER, CITRA
MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE E-
COMMERCE SHOPEE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
David Johariansyah
190910270**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH INFLUENCER, CITRA
MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE E-
COMMERCE SHOPEE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
David Johariansyah
190910270**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : David Johariansyah
NPM : 190910270
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

”PENGARUH INFLUENCER, CITRA MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 18 Januari 2023



David Johariansyah
190910270

**“PENGARUH INFLUENCER, CITRA
MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE E-
COMMERCE SHOPEE DI KOTA BATAM”**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh:

**David Johariansyah
190910270**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 18 Januari 2023



**Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari influencer, citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian online e-commerce Shopee di kota Batam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Adapun populasi dari penelitian ini yang pernah membeli dan menggunakan e-commerce Shopee dengan jumlah sampel yang tidak diketahui. Teknik sampel yang digunakan yaitu purposive sampling yaitu dengan memiliki kriteria-kriteria tertentu untuk dijadikan sampel. Pengolahan data menggunakan program komputer SPSS versi 26. Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji hipotesis. Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel influencer secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel citra merek dan gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Secara simultan influencer, citra merek dan gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online e-commerce Shopee di kota Batam.

Kata Kunci: Influencer, Citra Merek, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of influencer, brand image and lifestyle on purchasing decisions online e-commerce Shopee in Batam city. This research uses quantitative methods. The population of this study who had bought and used e-commerce Shopee with an unknown sample size. The sample technique used is purposive sampling, namely by having certain criteria to be sampled. Data processing used the spss version 26 computer program. The analysis method used in this study is the classical assumption test, multiple regression analysis and hypothesis testing. The results of the analysis of this study indicate that the influencer variable has no effect on purchasing decisions, while brand image and lifestyle variable partially has a positive and significant effect on purchase decisions. Simultaneously the influencer, brand image and lifestyle variable have a positive and significant influence on purchase decisions online e-commerce Shopee in Batam city.

Keywords: *Influencer, Brand Image, Lifestyle, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Bismilahirrahmanirrahim

Segala Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karrena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam; Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora; Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom.
3. Ketua Program Studi Manajemen; Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.SI. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam
6. Kedua orang tua saya yang selalu mendoakan, perhatian, menyayangi, dan menyemangati.
7. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan yang senantiasa membantu penulis baik berupa saran maupun kritikan.
8. Kepada semua responden yang sudah mengisi kuesioner yang namanya tidak bisa disebutkan satu per satu.

Semoga Allah swt membalas kebaikan dan selalu membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 18 Januari 2023



David Johariansyah



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.6.2 Manfaat Praktis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Kajian Teori	15
2.1.1 Influencer.....	15
2.1.2 Citra Merek.....	18
2.1.3 Gaya Hidup	22
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran	30
2.3.1 Pengaruh Influencer Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	30

2.3.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.3.4 Pengaruh Influencer, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Sifat Penelitian	34
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	35
3.3.1 Lokasi Penelitian	35
3.3.2 Periode Penelitian	35
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.4.1 Populasi	36
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	36
3.4.3 Teknik Sampling	37
3.5 Sumber Data	38
3.6 Metode Pengumpulan Data	38
3.7 Operasional Variabel Penelitian	39
3.7.1 Variabel Independen	39
3.7.2 Variabel Dependan	41
3.8 Metode Analisis Data	43
3.8.1 Analisis Deskriptif	43
3.8.2 Uji Kualitas Data	43
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	45
3.8.4 Uji Pengaruh	47
3.9 Uji Hipotesis	49
3.9.1 Uji T	49
3.9.2 Uji F	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	52

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan Domisili	53
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan E-commerce Shopee.....	55
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan	56
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	58
4.3.1 Jawaban Responden Terhadap Variabel Influencer.....	58
4.3.2 Jawaban Reponden Terhadap Variabel Citra Merek	59
4.3.3 Jawaban Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup	60
4.3.4 Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	61
4.4 Analisis Data.....	62
4.4.1 Uji Kualitas Data.....	62
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.4.3 Uji Pengaruh	68
4.5 Pengujian Hipotesis	71
4.5.1 Uji T	71
4.5.2 Uji F	72
4.6 Pembahasan.....	73
4.6.1 Pembahasan Variabel Influencer	73
4.6.2 Pembahasan Variabel Citra Merek	74
4.6.3 Pembahasan Variabel Gaya Hidup	74
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
Lampiran 1 Pendukung Penelitian	81
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup.....	118
Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Perkembangan pengguna internet di Indonesia periode 2018 - 2022	2
Gambar 1. 2	Data pengguna internet yang menggunakan e-commerce di Indonesia .	3
Gambar 1. 3	Tingkat efektivitas influencer	5
Gambar 1. 4	Pengunjung e-commerce pada kuartal I 2022.....	8
Gambar 2. 1	Kerangka pemikiran	32

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Tabel periode Penelitian.....	35
Tabel 3. 2 Skala Likert	38
Tabel 3. 3 Operasional Variabel	42
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Kecamatan Domisili	54
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Shopee.....	56
Tabel 4. 5 Reponden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan.....	57
Tabel 4. 6 Tanggapan Variabel Influencer	58
Tabel 4. 7 Tanggapan Variabel Citra Merek	59
Tabel 4. 8 Tanggapan Variabel Gaya Hidup	60
Tabel 4. 9 Tanggapan Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Validitas	63
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Realibilitas	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	67
Tabel 4. 15 Hasil Regresi Linear Barganda.....	68
Tabel 4. 16 Koefisien Determinasi.....	70
Tabel 4. 17 Hasil Uji T	71
Tabel 4. 18 Hasil Uji F	73

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 <i>Lemeshow</i>	36
Rumus 3. 2 Korelasi Produk.....	44
Rumus 3. 3 Uji Reabilitas.....	45
Rumus 3. 4 Regresi Linear Berganda	47
Rumus 3. 5 Koefisien Determinasi	48
Rumus 3. 6 T hitung.....	49
Rumus 3. 7 Uji F.....	50