



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT NO:1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

**Pengaruh *Influencer Marketing* terhadap Keputusan
Pembelian Pada Bakso AK**

Skripsi

Oleh

Caroline

6082001082

Bandung

2024



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT NO:1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan
Pembelian Pada Bakso AK

Skripsi

Oleh

Caroline

6082001082

Pembimbing

Gandhi Pawitan, Ph.D.

Bandung

2024

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Caroline
Nomor Pokok : 6082001082
Judul : Pengaruh *Influencer Marketing* terhadap Keputusan Pembelian pada Bakso AK

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 18 Januari 2024
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Yosefa, S.T., M.M.

: 

Sekretaris

Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D.

: 

Anggota

Adrianus Tirta, S.E., M.M.

: 

Mengesahkan,
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Caroline

NPM : 6082001082

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh *influencer marketing* terhadap keputusan pembelian pada Bakso AK

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 2 Januari 2024



Caroline

ABSTRAK

Nama : Caroline

NPM : 6082001082

Judul : Pengaruh *Influencer Marketing* terhadap Keputusan Pembelian pada
Bakso AK

Perkembangan teknologi secara pesat serta tingginya aktivitas penggunaan sosial media saat ini dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis terutama dalam pemasaran. Pemasaran digital salah satunya dengan menggunakan *influencer marketing* melalui sosial media. Bakso AK merupakan salah satu bisnis dibidang kuliner yang melakukan strategi pemasaran dengan *influencer marketing*, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menjangkau target market yang lebih banyak dari berbagai kalangan dan daerah. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana dan seberapa besar pengaruh dari *influencer marketing* terhadap keputusan pembelian pada Bakso AK.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian *eksplanatori*. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Bakso AK. Sampel pada penelitian ini diambil sebanyak 131 responden berdasarkan konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk pada bakso AK, dan pernah melihat *influencer marketing* pada Bakso AK. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan teknik analisis linear berganda.

Didapatkan kesimpulan *Influencer marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakso AK sebesar 63% dan seluruh dimensi dari *influencer marketing* yaitu *trustworthiness, expertise, attractiveness, respect*, dan *similarity* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakso AK.

Kata kunci: *Influencer marketing*, Keputusan Pembelian, Bakso AK

ABSTRACT

Name : Caroline

NPM : 6082001082

Title : The Effect of Influencer Marketing on Purchase Decision at Bakso AK

The rapid development of technology and the high activity of using social media is currently widely used by business people, especially in the marketing sector. One way of digital marketing is by using influencer marketing via social media. Bakso AK is a business in the culinary sector that carries out a marketing strategy with influencer marketing, this is done with the aim of reaching a wider target market from various groups and regions. The purpose of this research is to find out how and how much influence influencer marketing has on purchasing decisions at Bakso AK.

This research uses quantitative methods with explanatory research. The population in this research is Bakso AK consumers. The sample for this research was taken from 131 respondents based on consumers who had purchased and consumed products at Bakso AK, and had seen influencer marketing at Bakso AK. The data analysis technique in this research uses multiple linear analysis techniques.

It was concluded that Influencer marketing had a significant influence on the decision to purchase Bakso AK by 63% and all dimensions of influencer marketing, namely Thrustworthiness, Expertise, Attractiveness, Respect and Similarity, had a significant influence on the decision to purchase Bakso AK.

Keywords: *Influencer marketing, Purchase Decision, Bakso AK*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkah rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Influencer Marketing* terhadap Keputusan Pembelian pada Bakso AK”. Penelitian ini diperuntukkan untuk memenuhi persyaratan dalam mendapatkan gelar Strata-1 Sarjana Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa karya ini tidak dapat diselesaikan tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Kepada Allah SWT., atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Papa, Mama, Cece Angel, terimakasih atas segala dukungan bagi saya sehingga dapat menjalankan perkuliahan selama 3,5 tahun. Berbagai dukungan melalui cinta kasih baik secara moral maupun finansial yang diberikan kepada saya selama ini. Semoga saya dapat membanggakan kalian.
3. Bapak Gandhi Pawitan, Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikirannya untuk membantu dalam proses bimbingan dan memberikan arahan hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

4. Ibu Shelvi, S.AB., MM selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi dengan baik
5. Seluruh Dosen Administrasi Bisnis UNPAR, terimakasih atas semua bimbingan dan ilmu yang diberikan selama perkuliahan di UNPAR.
6. Fahmi Miftahul, terimakasih banyak atas dukungan serta kasih sayangnya, serta telah menemani saya selama ini, hingga akhirnya saya bisa lulus dari perkuliahan dengan melalui banyak hal selama prosesnya.
7. Warga Cimbul: Audrey, Berlita, Elena, Vern, Geraldine, Resti dan Velia, terimakasih sudah mau berjuang bersama selama perkuliahan sampai skripsi, menjadi teman terdekat dengan semua memori dan kenangan yang akan selalu di ingat. *I LOVE U GUYS!*
8. Raffly dan Panji, teman dari 10 tahun lalu sampai saat ini terimakasih atas *support* yang selalu diberikan, semoga kita bisa sukses bareng-bareng yaa!!!

DAFTAR ISI

ABSTRAK	<i>i</i>
ABSTRACT	<i>ii</i>
KATA PENGANTAR	<i>iii</i>
DAFTAR ISI	<i>v</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>vii</i>
DAFTAR TABEL	<i>viii</i>
BAB I PERMASALAHAN	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang Masalah	<i>1</i>
1.2 Identifikasi Masalah	<i>6</i>
1.3 Tujuan Penelitian	<i>7</i>
1.4 Manfaat Penelitian	<i>8</i>
1.5 Objek Penelitian	<i>9</i>
1.5.1 Profil Perusahaan.....	<i>9</i>
1.5.2 Produk.....	<i>10</i>
1.6 Profil Konsumen	<i>10</i>
1.7 Batasan Penelitian	<i>11</i>
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI	<i>12</i>
2.1 Kerangka Teori	<i>12</i>
2.1.1 Industri Kuliner.....	<i>12</i>
2.1.2 Media Sosial.....	<i>14</i>
2.1.3 <i>Influencer Marketing</i>	<i>18</i>
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	<i>23</i>
2.1.5 Penelitian Terdahulu.....	<i>25</i>

2.2 Metodologi Penelitian.....	26
2.2.1 Jenis Penelitian.....	26
2.2.2 Metode Penelitian.....	26
2.2.3 Model dan Hipotesis Penelitian.....	28
2.2.4 Operasionalisasi Variabel	30
2.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34
2.2.6 Teknik Analisis Data	38
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	48
3.1 Statistika Deskriptif	49
3.1.1 Profil Responden.....	49
3.1.2 Deskriptif Variabel.....	50
3.1.3 Analisis Validitas	59
3.1.4 Uji Reliabilitas	61
3.1.5 Uji Asumsi Model	61
3.1.6 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
3.1.7 Analisis Uji Koefisien Determinasi.....	68
3.1.8 Analisis Uji Hipotesis.....	69
3.2 Pembahasan.....	72
BAB IV KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI DAN IMPLIKASI	75
4.1 Kesimpulan.....	75
4.2 Rekomendasi	76
4.3 Implikasi	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alasan Utama Orang Indonesia Menggunakan Sosial Media.....	2
Gambar 1. 2 Tangkapan Layar Influencer Marketing Bakso AK	3
Gambar 1. 3 Tangkapan Layar Influencer Marketing Bakso AK 2	4
Gambar 1. 4 Menu Bakso AK	10
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	28
Gambar 3. 1 Uji Normalitas Normal P-Plot.....	62
Gambar 3. 2 Uji Normalitas Scatterplot Histogram	63
Gambar 3. 3 Uji Heteroskedastisitas.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Nama <i>Influencer</i> Bakso AK.....	3
Tabel 1. 2 Alasan Konsumen Melakukan Pembelian di Bakso AK.....	5
Tabel 2. 1 Operasionalisasi Variabel X	31
Tabel 2. 2 Operasionalisasi Variabel Y	33
Tabel 3. 1 Profil Responden Kuesioner	49
Tabel 3. 2 Dimensi <i>Thrustworthiness</i>	51
Tabel 3. 3 Dimensi <i>Expertise</i>	52
Tabel 3. 4 Dimensi <i>Attractivess</i>	54
Tabel 3. 5 Dimensi <i>Respect</i>	56
Tabel 3. 6 Dimensi <i>Similarity</i>	57
Tabel 3. 7 Keputusan Pembelian	58
Tabel 3. 8 Uji Validitas X dan Y	60
Tabel 3. 9 Uji Reliabilitas	61
Tabel 3. 10 Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 3. 11 Uji Linearitas.....	65
Tabel 3. 12 Uji Analisis Linear Berganda.....	66
Tabel 3. 13 Uji Koefisien Determinasi	68
Tabel 3. 14 Uji F (Simultan)	69
Tabel 3. 15 Uji T (Parsial).....	70

LAMPIRAN

Survei Konsumen Bakso AK



Kepada Yth.
Bapak/Ibu/Sdr/i
Konsumen Bakso AK

Perkenalkan, nama saya Caroline
Saya merupakan Mahasiswa Semester 7 Universitas Katolik Parahyangan Bandung, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Administrasi Bisnis.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi mengenai "**Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso AK**". Oleh karena itu, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi **Survei** ini sebagai data untuk melakukan penelitian saya. Hasil dari **Survei** ini akan terjamin kerahasiaannya dan tidak akan membawa konsekuensi yang merugikan pihak manapun.

Saya sangat menghargai pengorbanan waktu, pemikiran, dan kejujuran Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi kuesioner ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih atas waktu dan perhatiannya.

Lampiran Pertanyaan Kuesioner:

1. Jenis Kelamin

- Pria
- Wanita

2. Usia

- 18 - 25 Tahun
- 26 – 35 Tahun
- 36 – 45 Tahun
- > 45 Tahun

3. Pekerjaan

- Mahasiswa/Pelajar
- Guru/Dosen
- Karyawan
- Ibu rumah tangga

- Wiraswasta

4. Domisili (Kota)

- Garut
- Bandung
- Bogor
- Depok
- Tasikmalaya
- Sukabumi
- Jakarta

5. Pendapatan Perbulan

- < Rp. 500.000
- Rp. 500.000 - Rp. 1.500.000
- Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000
- Rp. 2.500.000 - Rp. 3.500.000
- Rp. 3.500.000 – Rp.4.500.000
- > = Rp. 4.500.000

6. Apakah anda pernah melihat influencer marketing pada Bakso AK?

- Ya
- Tidak

7. Apakah anda pernah membeli dan mengkonsumsi produk Bakso AK?

- Ya
- Tidak

Keterangan Pilihan Jawaban:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Lampiran Pertanyaan dimensi *Trustworthiness*

No.	Pertanyaan	Skor				
		1	2	3	4	5
X.1.1	Saya merasa Influencer marketing Bakso AK sudah jujur dalam menyampaikan informasi mengenai Bakso AK					
X.1.2	Saya merasa Influencer marketing bakso AK dapat dipercaya dalam menyampaikan informasi mengenai Bakso AK					
X.1.3	Saya merasa Influencer marketing pada Bakso AK bersikap objektif dalam menyampaikan informasi mengenai Bakso AK					

Lampiran Pertanyaan dimensi *Expertise*

No.	Pertanyaan	Skor				
		1	2	3	4	5
X.2.1	Saya merasa influencer marketing Bakso AK sudah memiliki banyak pengalaman dalam me-review produk Bakso					

X.2.2	Saya merasa influencer marketing bakso AK memiliki skill yang baik dalam memberikan review produk Bakso AK					
X.2.3	Saya merasa influencer marketing Bakso AK memiliki kemampuan dalam mempengaruhi untuk membeli produk Bakso AK					

Lampiran Pertanyaan dimensi *Attractivess*

No.	Pertanyaan	Skor				
		1	2	3	4	5
X.3.1	Saya merasa Influencer marketing pada Bakso AK memiliki wajah yang ganteng atau cantik saat me-review produk Bakso AK					
X.3.2	Saya merasa Influencer marketing bakso AK memiliki penampilan yang menarik saat me-review produk Bakso AK					
X.3.3	Saya merasa Influencer marketing bakso AK memiliki gestur tubuh yang dapat menarik perhatian saat me-review produk Bakso AK					

Lampiran Pertanyaan dimensi *Respect*

No.	Pertanyaan	Skor				
		1	2	3	4	5
X.4.1	Saya merasa Influencer marketing Bakso AK merupakan sosok yang terkenal					

X.4.2	Saya merasa Influencer marketing Bakso AK memiliki image yang baik					
X.4.3	Saya merasa Influencer marketing Bakso AK memiliki banyak pencapaian dalam bidang foodvlogger					

Lampiran Pertanyaan dimensi *Similarity*

No.	Pertanyaan	Skor				
		1	2	3	4	5
X.5.1	Saya merasa dengan Influencer marketing Bakso AK memiliki kesamaan pada makanan favorit					
X.5.2	Saya merasa dengan Influencer marketing Bakso AK memiliki daerah asal yang sama					
X.5.3	Saya merasa dengan Influencer marketing Bakso AK memiliki hobi yang sama					

Lampiran Pertanyaan **Keputusan Pembelian**

No.	Indikator	Skor				
		1	2	3	4	5
Y.1	Saya mengenal Bakso AK ketika saya membutuhkan makanan bakso					
Y.2	Saya mencari informasi mengenai brand bakso, selain Bakso AK					

Y.3	Saya mengevaluasi alternatif brand bakso dari berbagai macam brand bakso yang saya kenal					
Y.4	Saya memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian terhadap Bakso AK					
Y.5	Setelah melakukan pembelian di Bakso AK, saya memutuskan untuk membeli kembali produk pada bakso AK di kemudian hari					

Lampiran hasil dimensi *Trustworthiness*

Saya merasa Influencer marketing Bakso AK sudah jujur dalam menyampaikan informasi mengenai Bakso AK	Saya merasa Influencer marketing bakso AK dapat dipercaya dalam menyampaikan informasi mengenai Bakso AK	Saya merasa Influencer marketing pada Bakso AK bersikap objektif dalam menyampaikan informasi mengenai Bakso AK
5	5	5
5	4	5
2	3	3
5	4	5
4	4	5
3	3	4
4	3	4
5	5	5
4	4	4
3	4	3
4	4	3
5	5	5
4	5	5
4	4	3
3	2	3
4	4	4
4	4	3
5	5	5
4	4	4
3	3	4
4	3	3
4	5	4

5	5	5
5	5	5
4	5	4
3	3	4
4	4	5
5	5	4
4	4	4
4	4	4
5	5	5
5	5	5
3	4	4
5	5	5
4	4	4
4	4	4
3	3	4
4	4	3
4	4	3
5	4	4
3	3	3
4	5	4
4	4	4
4	4	5
5	5	5
4	3	3
5	4	5
4	4	4
4	3	4
5	5	5
4	3	3
4	4	4
4	4	3
4	5	5
4	5	4
4	4	4
5	4	4
3	3	3
5	4	4
4	4	4
5	5	5
4	4	5
5	4	5
4	4	5
3	4	5
4	4	5
4	4	5
3	4	4
4	4	3

4	4	4
3	3	3
4	4	3
5	4	4
3	4	4
5	5	5
4	4	4
5	5	3
3	3	3
4	5	4
4	4	4
3	3	4
4	4	4
5	5	5
4	4	4
3	4	3
3	4	5
4	4	4
5	3	4
5	5	3
4	4	4
5	4	5
4	5	5
3	4	5
4	5	5
4	3	3
4	5	5
4	3	3
4	5	4
5	4	5
5	4	5
5	4	4
3	4	4
4	5	5
4	5	5
4	4	4
4	4	4
4	5	5
5	5	5
4	4	4
4	4	5
3	3	4
3	3	4
3	3	4
3	3	3
3	4	3
3	3	4
3	3	3

4	4	4
3	3	3
3	4	3
4	4	3
4	4	3
4	4	4
4	4	4
3	4	4
4	3	3
5	4	4
5	4	5
4	4	3
3	2	3
4	3	4
3	3	3

Lampiran hasil dimensi *Expertise*

Saya merasa influencer marketing Bakso AK sudah memiliki banyak pengalaman dalam me-review produk Bakso	Saya merasa influencer marketing bakso AK memiliki skill yang baik dalam memberikan review produk Bakso AK	Saya merasa influencer marketing Bakso AK memiliki kemampuan dalam mempengaruhi untuk membeli produk Bakso AK
5	5	5
3	4	5
4	3	3
4	4	4
5	5	5
5	4	4
4	4	5
5	5	5
5	5	5
3	3	3
5	5	4
5	5	4
4	4	4
3	3	4
3	2	3
5	5	5
3	4	4
5	5	5
3	4	4
4	3	4
3	3	4

2	2	2
4	4	4
5	5	5
4	5	5
4	4	5
3	4	4
3	4	5
5	4	4
3	3	2
5	5	5
5	5	5
4	4	4
5	4	5
4	3	4
4	3	5
3	3	3
4	4	4
3	4	4
5	3	5
3	4	3
4	5	5
5	5	5
4	4	5
5	5	5
4	4	3
5	4	5
3	4	4
4	3	4
5	5	5
3	3	3
3	4	4
5	4	5
4	4	4
4	5	5
3	3	4
4	5	5
3	3	3
4	4	3
3	4	4
4	5	4
3	4	5
5	4	5
4	5	3
5	5	4
4	5	5
5	5	3
5	4	4

5	4	4
3	4	3
4	4	3
5	5	4
4	5	4
4	3	4
4	4	3
5	4	4
4	4	3
3	4	3
5	5	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
5	5	4
4	4	4
3	5	5
3	4	4
4	3	2
5	4	5
4	5	4
4	5	4
3	4	4
4	4	5
5	5	4
4	4	5
5	4	4
5	5	5
4	2	5
4	4	5
4	5	5
4	5	5
5	5	4
5	4	4
4	5	5
5	4	5
4	4	4
4	4	4
4	4	5
5	4	5
4	4	5
5	3	4
3	4	4
3	4	3
4	3	4
4	4	4
3	3	4
4	3	4

3	4	3
4	3	4
4	4	4
3	3	4
4	3	3
4	3	3
3	4	4
3	3	4
4	3	3
3	4	3
5	4	4
4	4	4
3	3	4
4	3	3
4	4	3
4	4	3

Lampiran hasil dimensi *Attractivess*

Saya merasa Influencer marketing pada Bakso AK memiliki wajah yang ganteng atau cantik saat me-review produk Bakso AK	Saya merasa Influencer marketing bakso AK memiliki penampilan yang menarik saat me-review produk Bakso AK	Saya merasa Influencer marketing bakso AK memiliki gestur tubuh yang dapat menarik perhatian saat me-review produk Bakso AK
4	5	4
4	5	5
3	3	2
3	4	3
5	5	5
4	3	3
3	4	5
5	5	5
5	5	4
2	3	3
3	3	4
4	5	5
4	4	5
3	3	3
2	3	2
3	4	4

3	4	5
5	4	5
4	4	4
3	4	4
3	3	3
3	2	3
4	4	4
5	5	4
5	5	5
3	4	5
3	5	4
5	5	5
4	4	5
3	4	3
5	5	5
3	3	3
4	3	4
5	5	5
3	4	4
4	5	4
3	4	4
4	3	5
5	4	4
4	4	5
3	3	3
4	5	5
4	5	5
4	5	5
5	5	4
3	4	4
4	4	5
3	4	4
3	4	5
5	5	5
4	4	4
3	3	4
3	4	4
4	5	5

5	4	5
3	3	4
4	5	4
4	4	4
4	5	4
2	3	4
5	3	4
4	5	3
4	5	4
4	5	3
4	4	3
4	4	3
4	4	5
3	4	5
3	4	4
5	4	4
4	4	3
4	4	5
5	3	4
2	3	4
4	5	4
4	5	5
3	4	3
1	3	3
3	2	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	3
4	4	5
5	4	3
4	4	3
5	4	3
5	4	4
5	4	4
4	4	3

3	4	5
4	5	5
4	4	3
4	5	5
5	4	4
4	3	4
3	3	4
3	4	4
3	5	5
4	5	5
4	4	5
5	5	4
5	5	4
4	5	5
4	5	5
4	5	4
4	4	4
4	4	3
4	4	3
3	3	4
3	4	3
4	4	4
4	3	4
4	4	3
3	3	4
3	4	3
4	4	3
3	4	3
3	4	4
3	3	3
4	4	3
3	4	4
4	4	2
3	4	4
4	4	4
4	4	3
3	3	4
3	3	2

4	4	4
---	---	---

Lampiran hasil dimensi *Respect*

Saya merasa Influencer marketing Bakso AK merupakan sosok yang terkenal	Saya merasa Influencer marketing Bakso AK memiliki image yang baik	Saya merasa Influencer marketing Bakso AK memiliki banyak pencapaian dalam bidang foodvlogger
4	5	4
5	4	5
3	2	3
4	4	3
5	5	5
4	3	3
4	4	5
5	5	5
4	4	4
3	3	3
4	4	4
4	5	4
5	5	4
4	4	3
3	3	3
5	4	4
4	3	4
4	5	5
3	4	3
4	4	4
3	3	3
3	3	2
4	4	4
4	4	5
4	5	5
3	4	3
4	5	4
5	4	5

3	5	4
3	3	3
5	5	5
4	4	4
4	4	4
5	5	5
3	4	3
5	4	3
4	4	3
4	3	3
4	4	4
5	4	5
3	4	3
4	4	4
5	5	5
4	4	4
5	5	5
3	4	4
4	5	4
3	4	4
3	4	3
5	5	5
3	3	4
3	4	3
3	3	4
5	5	4
5	3	5
3	4	3
4	4	5
3	3	3
5	5	4
4	4	5
5	5	3
5	5	4
4	4	3
5	4	3
4	4	4
4	4	5

4	3	4
5	4	4
4	5	5
3	4	4
3	3	3
5	5	3
5	4	3
2	3	4
4	4	5
4	4	4
4	4	4
3	4	4
4	5	4
3	3	4
3	4	3
4	4	4
4	4	4
4	4	4
5	5	4
5	5	5
4	5	4
5	4	5
4	5	4
5	4	5
2	4	5
5	5	5
3	4	5
4	5	4
5	4	5
5	3	4
4	5	5
3	4	5
2	4	5
3	4	5
3	4	5
4	5	5
4	5	5
3	5	5

4	5	5
2	4	4
4	5	5
5	5	5
4	5	4
4	3	3
4	4	4
4	4	3
3	4	3
3	3	2
4	4	3
4	4	4
4	4	3
3	4	3
4	4	3
3	4	3
3	3	4
4	3	3
3	4	3
4	4	3
4	3	3
4	3	4
5	4	4
3	4	3
3	3	3
3	4	4
3	3	4

Lampiran hasil dimensi *Similarity*

Saya merasa dengan Influencer marketing Bakso AK memiliki kesamaan pada makanan favorit	Saya merasa dengan Influencer marketing Bakso AK memiliki daerah asal yang sama	Saya merasa dengan Influencer marketing Bakso AK memiliki hobi yang sama
5	4	5
5	3	4

3	3	2
4	4	4
5	5	5
4	3	4
4	4	4
5	5	5
3	3	5
5	3	3
5	5	4
5	5	5
5	3	4
4	4	3
2	3	2
5	3	4
3	3	4
4	3	2
4	3	3
2	2	2
4	3	3
2	3	3
4	4	4
4	4	4
5	5	5
4	3	2
4	5	4
5	5	4
4	3	4
4	4	3
5	5	5
3	4	4
4	4	4
5	5	5
4	2	3
3	2	2
4	2	2
4	3	5
4	4	4
5	4	5

3	3	3
4	4	4
4	4	4
5	4	5
4	4	4
4	3	4
4	4	4
3	3	3
4	3	2
5	5	4
4	3	3
4	4	4
3	3	5
4	5	3
4	5	3
3	3	3
4	4	4
4	3	3
3	4	5
5	5	3
5	4	4
4	4	3
4	4	5
3	4	5
4	4	5
5	4	4
4	4	5
4	5	4
5	4	4
4	4	3
3	4	4
4	4	3
4	3	5
4	2	5
4	5	3
4	2	5
3	3	4
4	4	4

3	4	2
3	2	3
3	3	3
4	3	3
5	4	5
3	3	3
4	4	5
3	3	4
5	3	4
4	4	4
5	4	2
5	3	4
5	4	4
5	2	5
5	4	4
2	2	5
5	5	4
1	2	4
4	4	5
3	3	4
3	3	4
3	4	5
3	4	5
4	4	5
4	4	4
5	3	5
3	3	5
4	3	5
4	4	5
5	4	3
4	4	3
4	4	2
3	3	4
4	4	3
4	3	4
4	3	4
4	3	3
3	3	4

4	4	3
4	4	4
3	3	4
4	4	3
3	3	4
4	3	4
3	3	4
3	3	4
3	4	3
4	3	4
4	3	4
2	3	4
3	3	4
3	3	3
3	3	3

Lampiran hasil **Keputusan Pembelian**

Saya mengenal Bakso AK ketika saya membutuhkan makanan bakso	Saya mencari informasi mengenai brand bakso, selain Bakso AK	Saya mengevaluasi alternatif brand bakso dari berbagai macam brand bakso yang saya kenal	Saya memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian terhadap Bakso AK	Setelah melakukan pembelian di Bakso AK, saya memutuskan untuk membeli kembali produk pada bakso AK di kemudian hari
5	4	4	5	5
4	4	5	4	4
3	3	3	3	3
3	4	4	4	5
5	5	5	5	5
5	4	3	3	4
5	4	4	4	4
5	4	5	4	5
5	5	5	5	5
3	3	3	3	4
4	5	5	5	4

5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
2	3	3	3	3
3	4	4	4	5
4	4	4	4	4
5	3	5	5	5
4	4	5	4	4
4	5	3	4	3
2	3	3	3	4
3	3	2	3	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	5	4	5	5
4	5	5	4	4
4	4	4	3	4
5	5	5	5	5
4	4	3	4	4
4	3	3	3	3
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4
3	3	4	4	3
4	4	3	4	3
4	4	4	4	4
4	5	5	5	5
3	4	4	3	3
5	4	5	5	5
4	4	4	4	5
4	4	5	5	5
5	3	3	5	5
4	5	3	4	3
5	4	4	5	5
4	4	4	4	4
4	4	3	4	4

5	5	5	5	5
3	3	4	4	3
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4
5	3	3	5	4
5	4	4	5	5
4	4	4	4	3
4	4	4	4	5
4	4	3	3	3
5	4	5	4	5
4	5	4	5	4
5	5	5	5	4
5	4	5	4	5
5	5	5	4	5
5	5	4	5	4
5	5	4	5	4
4	4	5	4	5
5	5	4	5	4
4	5	5	4	5
4	5	5	4	4
4	4	5	5	4
3	4	3	3	4
5	5	4	5	4
5	4	5	5	4
4	3	4	4	4
4	4	4	4	5
4	5	5	5	5
4	3	4	4	5
3	3	3	3	4
5	4	5	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	4	5	5
4	5	4	4	4
5	4	5	5	4

4	5	4	5	4
4	5	4	5	5
5	4	5	4	5
5	4	5	4	5
5	4	5	4	4
4	5	4	5	4
5	4	5	4	5
4	5	5	4	5
4	5	5	5	5
4	3	4	5	5
5	3	4	5	5
4	4	4	5	4
4	3	3	5	5
3	3	4	5	5
5	4	5	3	5
5	5	4	5	4
4	4	5	5	4
3	2	3	4	5
5	5	5	5	5
4	4	4	5	5
4	5	4	5	5
4	4	5	4	5
4	4	3	4	4
4	4	5	5	4
4	4	4	5	5
4	5	4	4	4
3	3	4	3	4
3	3	4	3	4
4	4	4	4	5
3	3	3	4	4
4	5	4	4	4
4	4	3	4	3
4	4	3	3	4
4	4	5	4	5
4	4	5	5	4
4	3	4	4	4
3	3	4	3	3

4	5	5	5	4
5	5	4	4	5
3	3	4	4	4
3	3	3	3	3
3	3	3	4	4
4	4	4	3	4

Lampiran pertanyaan **Pre Survei Konsumen Bakso AK**

1. Apakah anda pernah membeli bakso AK
 - Ya
 - Tidak

2. Apa alasan anda datang untuk membeli Bakso AK ?
 - Hanya penasaran ingin mencoba
 - Melihat dari Sosial Media (Instagram/TikTok)
 - Melihat rekomendasi *Influencer*
 - Informasi dari kerabat/keluarga/teman/orang lain

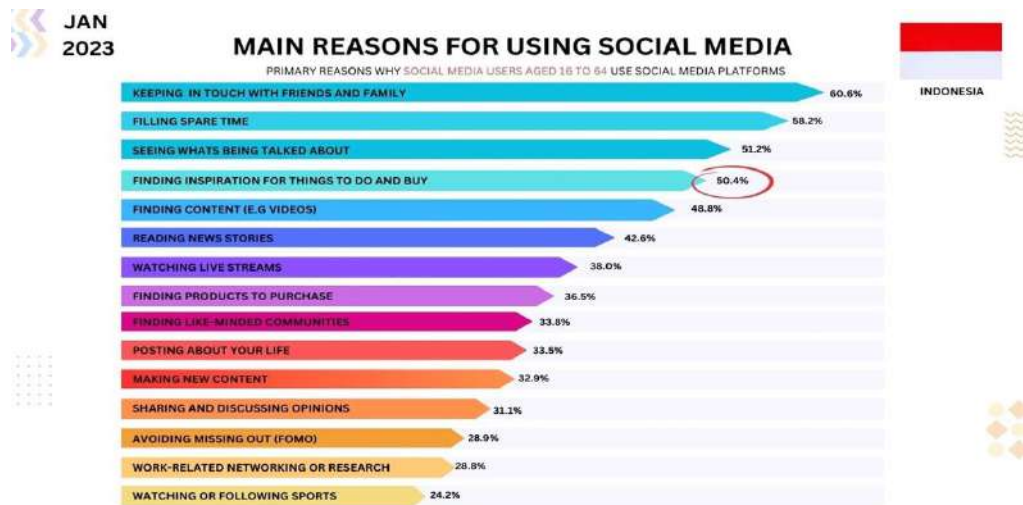
BAB I

PERMASALAHAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini kemajuan teknologi digital telah mengalami perkembangan bahkan hampir mengubah kehidupan sosial yang ada di masyarakat, termasuk dalam industri pemasaran. Secara signifikan memengaruhi kreativitas produsen dalam mempromosikan bisnis mereka di berbagai sektor, termasuk sektor produk makanan. Produk makanan merupakan kebutuhan dasar manusia yang dicari setiap hari, menghasilkan persaingan pasar yang sengit di antara produsen (Amelia, 2022). Salah satu bentuk teknologi digital yaitu media sosial, yang dapat diakses melalui perangkat seluler, memungkinkan komunikasi dan interaksi individu maupun kelompok tanpa terkendala oleh batasan waktu dan jarak, media sosial dapat menjadi salah satu cara untuk memanfaatkan pemasaran digital (Chaniago & Malik, 2019).

Pemasaran digital salah satu pendekatannya dengan menggunakan *influencer marketing*. Penggunaan *influencer marketing* untuk mempromosikan suatu produk yang mana dengan seorang *influncer* memiliki kemampuan untuk mendorong masyarakat agar tertarik untuk membeli suatu produk. Mereka berasal dari berbagai latar belakang, termasuk selebriti, seniman, *blogger*, YouTuber, tokoh masyarakat, atau individu yang dihormati dalam komunitas tertentu. Adanya hal ini didorong oleh tingginya aktivitas penggunaan media sosial untuk pemasaran dalam suatu bisnis.



Gambar 1. 1 Alasan Utama Orang Indonesia Menggunakan Sosial Media

Sumber: Hootsuite (2023)

Menurut data dari sumber Hootsuite (we are social 2023) sebanyak 50,4% alasan utama masyarakat Indonesia menggunakan sosial media untuk mencari inspirasi tentang suatu produk yang akan di beli. Dilansir dari Forbes, adanya sebuah *survey* yang dilakukan oleh MuseFind menunjukkan bahwa sebanyak 92% konsumen memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap *influencer* dibandingkan iklan. Hal ini karena ulasan yang diberikan oleh *influencer* terasa lebih nyata dan tidak dibuat-buat (Forbes,2016).

Banyak UMKM yang tengah mengembangkan bisnisnya memilih beralih dari tradisional ke arah *digital marketing*. Salah satunya bakso AK yang berlokasi di Jl. Limbangan tengah, Balubur limbangan, Garut. Bisnis bakso AK yang berdiri sejak September 2022 dan didirikan oleh Zahrotun Nisa. Bakso AK mengembangkan usahanya dengan 2 cara yaitu *online* dan *offline*. Bakso AK memilih strategi pemasarannya menggunakan *influencer marketing* untuk memperluas jangkauan target market dan menaikkan penjualan dengan harapan *influencer* dapat mempengaruhi para calon konsumen dalam keputusan pembelian

produk bakso AK. Adapun *influencer* yang digunakan oleh bakso AK diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Daftar Nama *Influencer* Bakso AK

No	Nama	User ID	Kategori	Sosial media yang digunakan
1	Aiman Ricky	aimanrickyy	<i>Makro Influencer</i>	Instagram dan Tiktok
2	Yudha Pangestu	yudhapangestu24	<i>Makro Influencer</i>	Instagram dan Tiktok
3	Betty Augustinna	bettyaugustinna	<i>Micro Influencer</i>	Instagram dan Tiktok
4	Epul Saepul Ahyar	situkangdahar	<i>Micro Influencer</i>	Instagram dan Tiktok
5	Abay Cigeh	hobimakan_garut	<i>Micro Influencer</i>	Instagram dan Tiktok

Sumber: Sosial Media Bakso AK (2023)

Influencer yang digunakan bakso AK memiliki *background* yang cukup beragam, diantaranya ada Aiman Rizky yang merupakan seorang aktor, dan terdapat *foodvlogger* seperti Yudha Pangestu dan Betty Augustinna. Selain itu bakso AK juga menggunakan *influencer* yang berasal dari Garut yaitu Epul Saepul dan juga Abay Cigeh.



Gambar 1. 2 Tangkapan Layar Influencer Marketing Bakso AK

Sumber: Sosial Media Bakso AK (2023)



Gambar 1. 3 Tangkapan Layar Influencer Marketing Bakso AK 2

Sumber: Sosial Media Bakso AK (2023)

Penulis berkesempatan secara langsung melakukan wawancara dengan *owner* bakso AK. Dari informasi yang disampaikan bahwa banyak konsumen baru yang melakukan pembelian produk bakso AK karena melihat video yang berisi rekomendasi bakso AK dari *influencer*. Berdasarkan informasi tersebut penulis melakukan survei awal kepada 20 responden konsumen bakso AK. Mengenai apa yang membuat konsumen memutuskan untuk membeli produk bakso AK.

Tabel 1. 2 Alasan Konsumen Melakukan Pembelian di Bakso AK

No	Alasan Konsumen	Jumlah responden (Ya)	Presentase
1.	Melihat rekomendasi dari <i>influencer</i>	11	55%
2.	Mendapat informasi dari kerabat/keluarga/teman/orang lain	4	20%
3.	Melihat dari sosial media (Instagram/TikTok)	4	20%
4.	Hanya penasaran ingin mencoba	1	5%

Sumber: Data Kuesioner (2023)

Berdasarkan hasil tanggapan dari konsumen yang tercantum pada Tabel 1.2 dapat di simpulkan bahwa alasan konsumen memutuskan pembelian di bakso AK karena melihat adanya *influencer* yang mengunggah video tentang bakso AK dan merekomendasikannya, diposisi selanjutnya yaitu karena mendapatkan informasi dari lingkungan sekitar seperti kerabat, keluarga, teman dan orang lain mengenai bakso AK, alasan lainnya karena konsumen melihat dari sosial media mengenai bakso AK dan yang terakhir yaitu konsumen hanya penasaran ingin mencoba bakso AK tanpa ada faktor dari yang lain.

Dengan melihat lokasi bakso AK yang tidak berada di pusat kota dan kurang strategis, sehingga cenderung kurang maksimal dalam menjangkau target market. Hal ini membuat bakso AK berusaha untuk membuat relasi dan komunikasi yang baik dengan para konsumennya, dengan mencoba memanfaatkan *influencer*

marketing. Dengan begitu, maka dilakukan penelitian untuk mengetahui besarnya pengaruh yang ditimbulkan dari *influencer marketing* terhadap keputusan pembelian pada bakso AK.

1.2 Identifikasi Masalah

Era digitalisasi sudah banyak mengubah kehidupan bersosial di masyarakat dalam segala sektor hingga pada dunia bisnis digital. Pemanfaatan teknologi diperlukan untuk menunjang dari segi pemasaran dalam pengembangan suatu bisnis dalam skala besar maupun kecil atau yang biasa disebut UMKM (Unit Mikro Kecil dan Menengah.) *Influencer marketing* adalah hal yang umum dalam dunia bisnis dengan adanya *influencer marketing* ini, digital bisnis dapat mencakup target yang ditentukan dengan lebih luas dan tidak terbatas. *Influencer* merupakan seorang individu yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi masyarakat dengan pembuatan video kreatif untuk menarik perhatian hingga memunculkan suatu tindakan yang dapat menguntungkan beberapa pihak yang bekerjasama dengannya. bakso AK merupakan salah satu UMKM yang menggunakan jasa *influencer* untuk mengembangkan bisnisnya dengan target untuk mengenalkan usahanya kepada masyarakat luas. Selain mengenalkan, penggunaan *influencer marketing* ini adalah cara bakso AK untuk mendapatkan konsumen baru. Maka penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *influencer marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso AK ?

2. Apakah dimensi *trustworthiness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso AK ?
3. Apakah dimensi *expertise* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso AK ?
4. Apakah dimensi *attractiveness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso AK ?
5. Apakah dimensi *respect* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso AK ?
6. Apakah dimensi *similarity* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso AK ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, dibentuk tujuan penelitian untuk menyelesaikan masalah-masalah yang ditemukan. Tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis apakah penggunaan *influncer marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso AK
2. Menganalisis apakah dimensi *trustworthiness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso AK
3. Menganalisis apakah dimensi *expertise* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso AK
4. Menganalisis apakah dimensi *attractiveness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso AK

5. Menganalisis apakah dimensi *respect* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso AK
6. Menganalisis apakah dimensi *similarity* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso AK

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat penelitian yaitu sebagai berikut:

a. Manfaat teoritis

Kegunaan teoritis pada penelitian ini adalah untuk memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan dalam pemasaran khususnya mengenai *influencer marketing* dan keputusan pembelian.

b. Manfaat praktis

a. Bagi Bakso AK

Membantu bakso AK untuk mengetahui bagaimana pengaruh sebelum dan sesudah menggunakan *influencer marketing* terhadap keputusan pembelian. Selain itu juga informasi yang dihasilkan dalam penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi bakso AK untuk menyusun suatu strategi terutama dalam pemasaran dalam menjual produknya.

b. Bagi penulis

Memberikan suatu informasi berupa wawasan terkait dengan kesadaran dalam melakukan pemasaran *influencer marketing* di zaman teknologi yang berkembang pesat, serta untuk mengetahui betapa pentingnya promosi menggunakan *Influencer marketing* bagi sebuah perkembangan

di perusahaan dan memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengimplementasikan secara nyata ilmu yang telah diterima selama diperkuliahan

c. Bagi pihak lain

Memberikan tambahan wawasan baru terkait dengan pengaruh *influencer marketing* dan keputusan pembelian.

1.5 Objek Penelitian

1.5.1 Profil Perusahaan

Objek dalam penelitian ini adalah bisnis bakso AK. Bakso AK adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner yang menjual beragam varian bakso. Bakso AK ini berlokasi di Jl. Limbangan Tengah, Balubur limbangan, Kab. Garut. Bakso AK buka setiap hari dari jam (10.00 - 21.00 WIB). Bakso AK berdiri sejak September 2022 dan di dirikan oleh Zahrotun Nisa, penamaan “Bakso AK” ini merupakan singkatan dari Al-Kautsar yang mana ini merupakan nama keluarga sehingga di singkat menjadi “AK”.

1.5.2 Produk

Bakso AK memiliki beragam variasi bakso, dari ukuran hingga isian. Berikut merupakan daftar list menu Bakso AK serta harganya:



Gambar 1. 4 Menu Bakso AK

Sumber: Sosial Media Bakso AK (2023)

1.6 Profil Konsumen

Konsumen dari bakso AK ini meliputi semua kalangan, baik dari kalangan bawah sampai kalangan atas, tidak memiliki batasan umur yang signifikan mulai dari anak-anak sampai orang dewasa, karena bakso merupakan makanan yang dapat di konsumsi oleh semua kalangan umur dan untuk harga di bakso AK sangat terjangkau dengan kualitas yang diberikan, juga tidak terbatas jenis kelamin baik perempuan maupun laki-laki yang menyukai makanan bakso.

1.7 Batasan Penelitian

Batasan masalah yang ada pada penelitian ini digunakan untuk menentukan ruang lingkup juga menghindari adanya pelebaran pada pokok masalah. Adapun batasan masalah dengan fokus penelitian ini ditunjukkan kepada:

- a. Konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk pada bakso AK
- b. Pernah melihat *influencer marketing* pada bakso AK