

**PENGARUH *INFLUENCER*, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK DI
TIKTOK TERHADAP MINAT BELI BARANG MELALUI *MARKETPLACE***

SKRIPSI



DISUSUN OLEH

Dian Indah K 19.96.1503

Ilmu Komunikasi 8

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2023**

**PENGARUH *INFLUENCER*, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK DI
TIKTOK TERHADAP MINAT BELI BARANG MELALUI *MARKETPLACE***

SKRIPSI

**untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi**



Disusun oleh:

**DIAN INDAH KUSNIAWATI
NIM. 19.96.1503**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

Judul

**PENGARUH *INFLUENCER*, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK DI TIKTOK
TERHADAP MINAT BELI BARANG MELALUI *MARKETPLACE***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

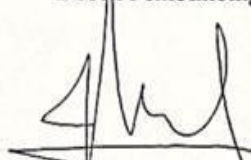
DIAN INDAH KUSNIAWATI

19.96.1503

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada 5 Juni 2023

Dosen Pembimbing,



Alvia Alrasid Ajibulloh., S.Ikom., M.I.Kom
NIK. 190302486

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI**

**PENGARUH *INFLUENCER*, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK DI *TIKTOK*
TERHADAP MINAT BELI BARANG MELALUI *MARKETPLACE***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**DIAN INDAH KUSNIAWATI
NIM. 19.96.1503**

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

20 Juni 2023

Nama Penguji

Alvian Alrasid Ajibulloh., S.Ikom., M.I.Kom
NIK. 190302486

Tanda Tangan



Angga Intueri Mahendra Purbakusuma, M.I.Kom
NIK. 190302339



Audith M. Turmudhi, Drs., MM
NIK. 190302486



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana (S.Ikom)
20 Juni 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK :190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Peneliti yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya peneliti sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan peneliti juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab penulis pribadi.

Yogyakarta, 20 Juni 2023



DIAN INDAH KUSNIAWATI
NIM. 19.96.1503

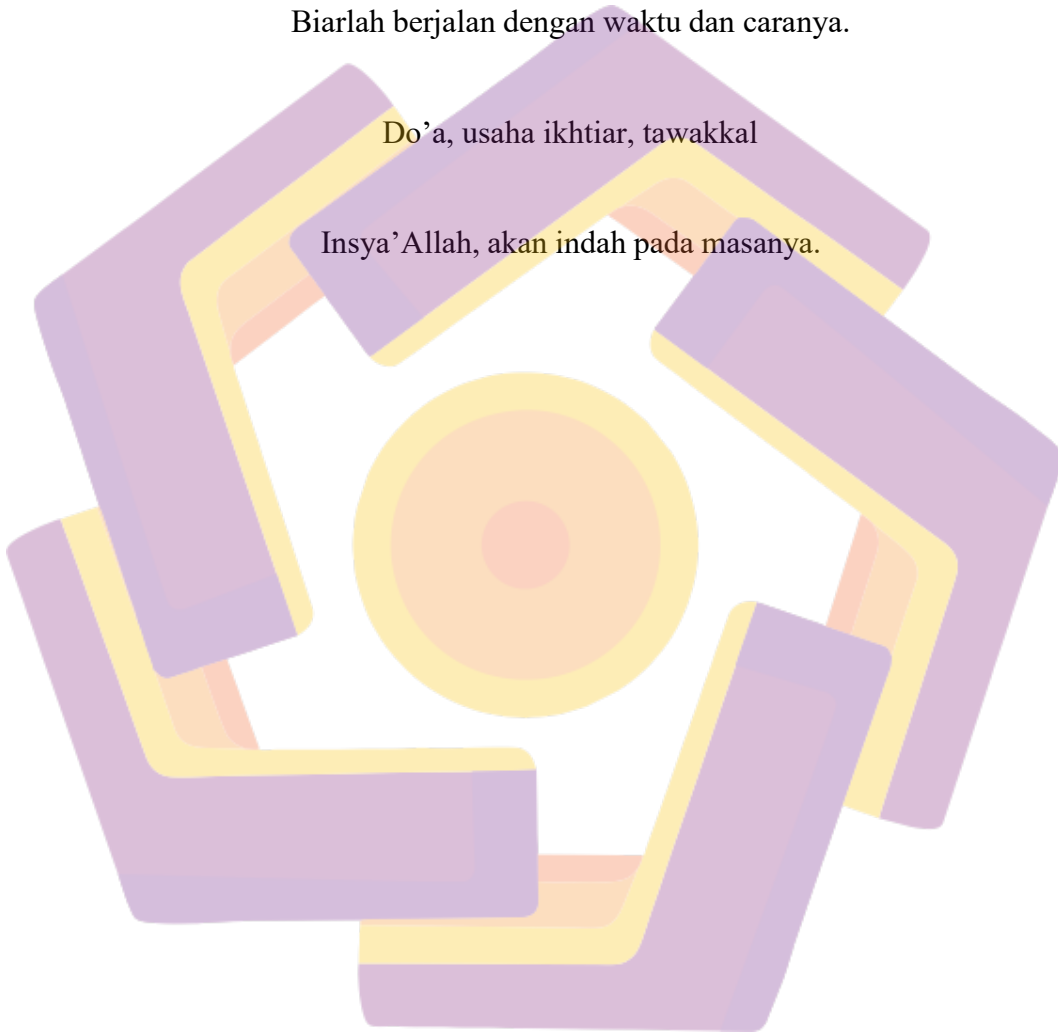
MOTTO

Tidak ada proses yang mudah, untuk hasil yang indah. Tidak ada hasil yang indah, tanpa proses berusaha. Tuhan lebih tau, tanpa harus kamu ucapkan. Dan menjawab lebih dari apa yang kau pinta, dari apa yang kau bayangkan.

Biarlah berjalan dengan waktu dan caranya.

Do'a, usaha ikhtiar, tawakkal

Insyallah, akan indah pada masanya.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah. Puji syukur kepada Allah SWT. Yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa, memberi saya kekuatan, membekali peneliti dengan ilmu pengetahuan. Atas karunia dan kemudahan yang Engkau berikan, akhirnya Karya Tulis Ilmiah yang sederhana ini dapat terselesaikan tepat waktu.

Segala perjuangan peneliti hingga titik ini, peneliti persembahkan teruntuk orang-orang hebat yang selalu menjadi penyemangat, menjadi alasan peneliti untuk kuat sehingga bisa menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah ini.

1. Almh. Mama Suhartatik seseorang yang sangat peneliti cintai dan sayangi. Alhamdulillah anak mama sudah berhasil berada dititik ini, senang rasanya bisa mewujudkan keinginan mama walaupun mama sudah pergi lebih dulu. Tanpa mama peneliti tidak akan bisa menjadi seperti ini.

2. Almh. Kakek Sularto seseorang yang sangat berarti bagi penulis orang yang selalu memberi peneliti motivasi untuk meraih kesuksesan. Dan selalu melengkapi apapun yang selalu peneliti butuhkan semoga cucumu bisa menjadi orang yang sukses.

3. Nenek Agus Riyanti seseorang yang selalu menemani dan mendampingi penulis disaat peneliti susah maupun senang. Nenek yang selalu mendoakan yang terbaik untuk cucunya. Peneliti sangat menyayanginya, tanpa nenek peneliti tidak akan bisa melalui semua ini sendirian. Sehat selalu nenekku.

4. Keluarga besar peneliti, yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terimakasih banyak karna selalu mendukung peneliti. Walaupun ga semua ada di samping peneliti tapi dukungan yang diberikan dari jauh maupun dekat itu semua sangat berarti bagi peneliti.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas nikmat yang telah diberikan oleh ALLAH SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “PENGARUH *INFLUENCER*, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK DI TIKTOK TERHADAP MINAT BELI BARANG MELALUI *MARKETPLACE*” dengan baik, walaupun disadari karya penulis masih ada beberapa kekurangan yang tidak lepas karna ketebatasan penulis.

Tujuan penulisan Skripsi ini untuk memenuhi syarat dalam menempuh sarjana pada jurusan Ilmu Komunikasi UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

Dalam penulisan Skripsi ini ditemui banyak kendala dan hambatan. Namun berkat tekad, usaha dan dorongan serta bantuan dari berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua Orang Tua peneliti yang telah memberikan segala dukungan, motivasi serta tak pernah putus memberikan doa yang tulus.
2. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
4. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Alvian Alrasid Ajibulloh., S.Ikom.,M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan saran yang sangat berarti kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kalangan remaja yang sudah mau membantu mengisi kuisisioner untuk melengkapi data penelitian ilmiah.
7. Sahabat atika dan indah terimakasih karna bisa saling support dan sudah mau di ajak untuk bertukar pikiran.
8. Keluarga besar penuli

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kelemahan dan kekurangan, semuanya ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis semata. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.

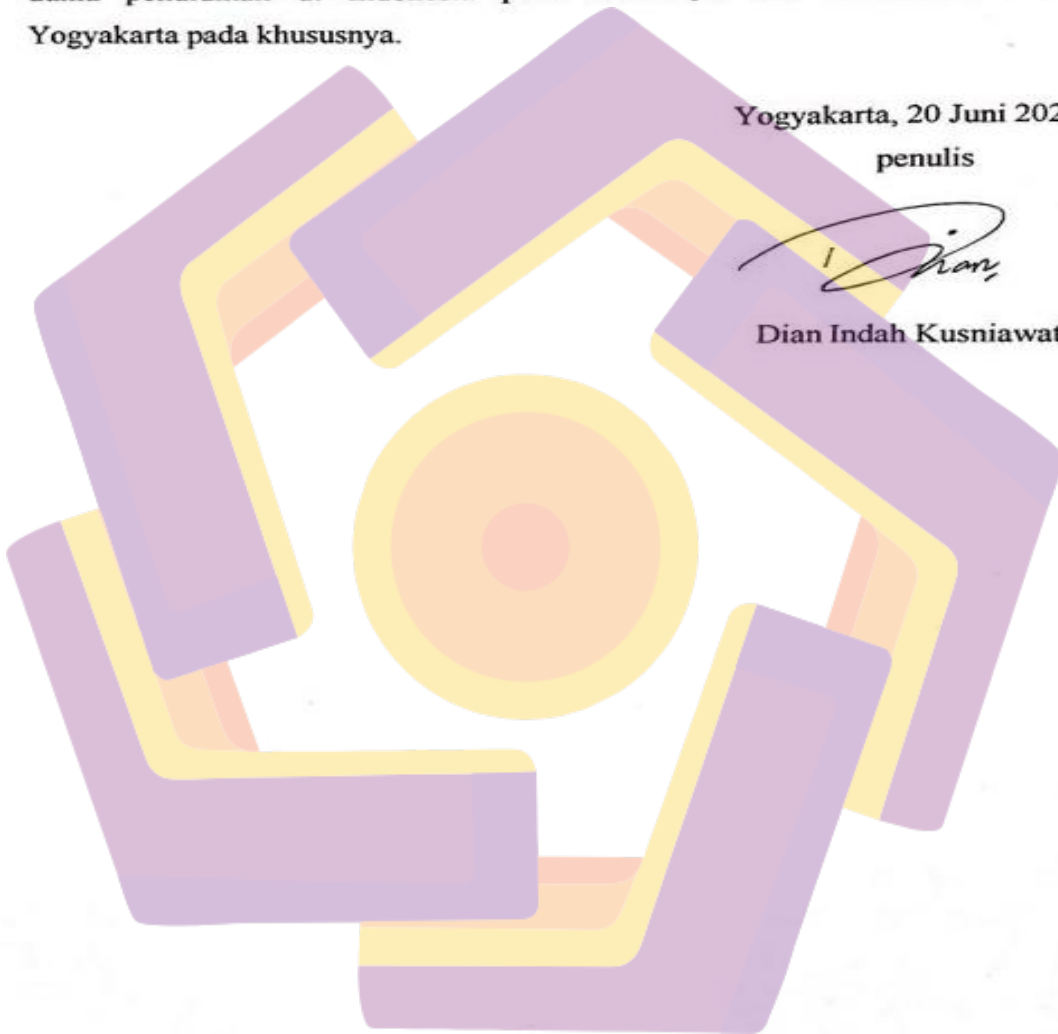
Akhirnya dengan tersusunnya skripsi ini semoga dapat bermanfaat bagi dunia pendidikan di Indonesia pada umumnya dan Universitas Amikom Yogyakarta pada khususnya.

Yogyakarta, 20 Juni 2023

penulis



Dian Indah Kusniawati



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
INTISARI.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Influencer.....	7
2.2 Promosi.....	8
2.3 Kualitas Produk.....	9
2.4 Minat Beli.....	10

2.5	Marketplace.....	11
2.6	Karangka Penelitian.....	12
2.7	Hipotesis Peneliitian.....	14
2.8	Definisi Operasional.....	15
2.9	Attetion, Interest, Search, Action, Share (AISAS).....	16
2.10	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	18
BAB 3.....		19
OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....		19
3.1	Desain Penelitian.....	19
3.1.1	Objek Penelitian.....	19
3.1.2	Jenis Penelitian.....	19
3.2.....	Populasi dan Sample.....	19
3.2.1	Penentuan Jumlah Sampel.....	19
3.2.2	Metode Pengumpulan Sampel.....	20
3.3	Sumber Data.....	21
3.3.1....	Jenis dan Sumber Data.....	21
3.3.2....	Metode Pengumpulan Data.....	22
3.3.3....	Metode Penyajian Data.....	23
3.4	Uji Kualitas Data.....	23
3.4.1	Uji Validitas.....	23
3.4.2	Uji Reliabilitas.....	23
3.4.3	Analisis Statistik Deskriptif.....	24
3.4.4	Uji Asumsi Klasik.....	25
3.4.5	Uji Normalitas.....	25
3.4.6	Uji Heteroskedastisitas.....	26
3.4.7	Uji Linearitas.....	27
3.4.8	Uji Hipotesis.....	27
3.4.9	Uji t.....	28
3.4.10	Uji Koefisien korelasi (R) dan determinasi (R ²).....	28
BAB IV.....		30
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		30
4.1	Uji Kualitas Data.....	30
4.1.1	Uji Validitas.....	30
4.1.2	Uji Reabilitas.....	36

4.1.3	Analisis Stastik Deskriptif.....	37
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	41
4.1.5	Uji Hipotesis.....	48
4.1.6	Pengujian Secara Partial (Uji-t).....	50
4.1.7	Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	51
4.2	Interpretasi Hasil Penelitian.....	52
4.4.1	Pengaruh <i>Influencer</i> (X1) Terhadap Minat Beli.....	52
4.4.2	Pengaruh Promosi(X2) Terhadap Minat Beli.....	53
4.4.3	Pengaruh KUALITAS PRODUK (X3) Terhadap Minat Beli.....	53
BAB V	55
PENUTUP	55
5.1	Kesimpulan.....	55
5.2	Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56

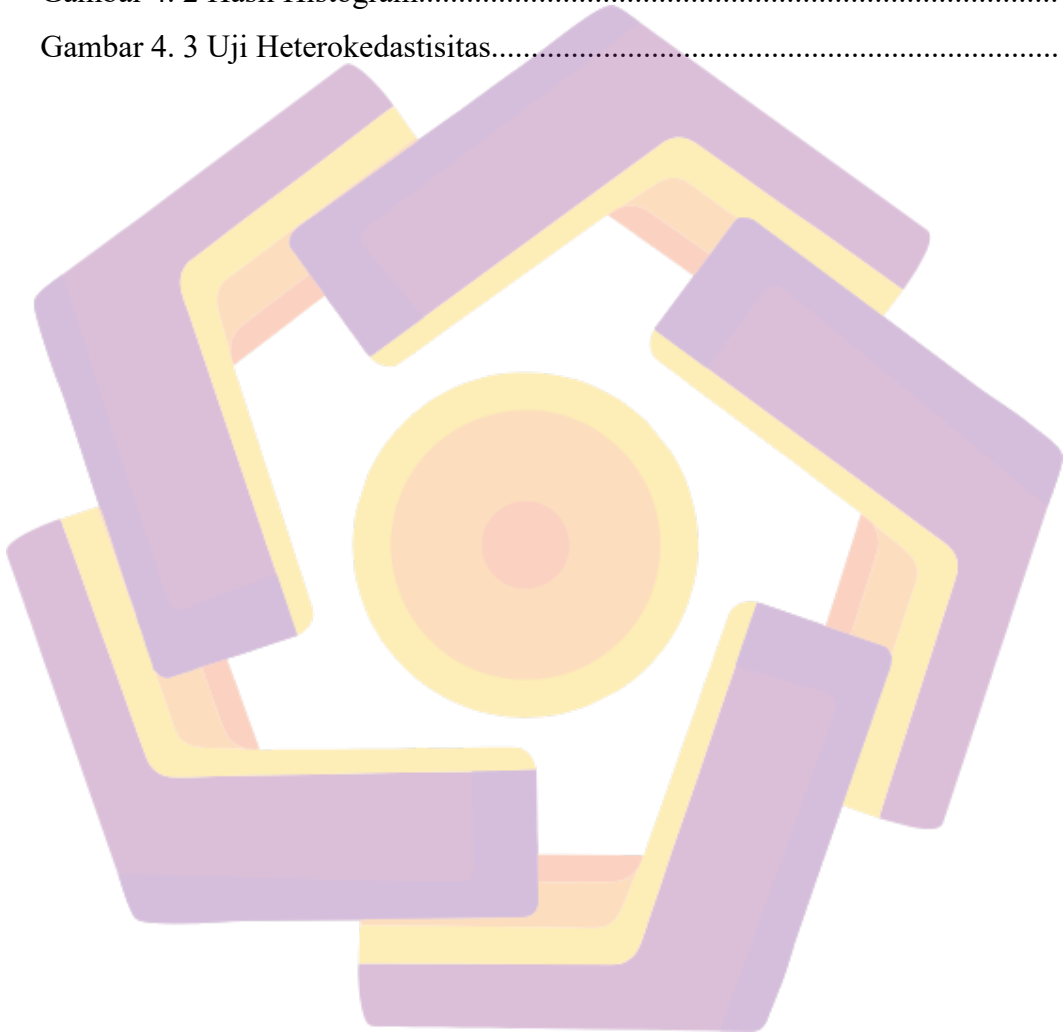


DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Influencer.....	47
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	49
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	50
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	52
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reabilitas Variabel Influencer.....	53
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reabilitas Variabel Promosi.....	54
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk.....	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reabilitas Variabel Minat Beli.....	54
Tabel 4. 9 Hasil Statistic Deskriptif.....	55
Tabel 4. 10 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4. 11 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4. 12 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	57
Tabel 4. 13 Uji Kolmogorv-Smirnov.....	60
Tabel 4. 14 Uji Heteroskedastisitas dengan uji glejser.....	63
Tabel 4. 15 Uji Linearitas variabel influencer terhadap variabel Minat beli.....	64
Tabel 4. 16 Uji Linearitas variabel promosi terhadap variabel Minat beli.....	64
Tabel 4. 17 Uji Linearitas variabel kualitas produk terhadap variabel Minat beli	65
Tabel 4. 18 Uji Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4. 19 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	67
Tabel 4. 20 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tiktok pilihan Gen Z.....	20
Gambar 1.2 Pengguna Tiktok berdasarkan usia.....	21
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian Teoritis.....	31
Gambar 4. 1 Uji Normalitas (P-Plot).....	59
Gambar 4. 2 Hasil Histogram.....	60
Gambar 4. 3 Uji Heterokedastisitas.....	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	72
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas Variabel Influencer.....	78
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	79
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	75
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	82
Lampiran 6 Hasil Uji Reabilitas Variabel Influencer.....	83
Lampiran 7 Hasil Uji Reabilitas Variabel Promosi.....	83
Lampiran 8 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk.....	84
Lampiran 9 Hasil Uji Reabilitas Variabel Minat Beli.....	84
Lampiran 10 Hasil Statistic Deskriptif.....	84
Lampiran 11 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	85
Lampiran 12 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	85
Lampiran 13 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	89

INTISARI

Skripsi yang berjudul “ PENGARUH *INFLUENCER*, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK DI TIKTOK TERHADAP MINAT BELI BARANG MELALUI *MARKETPLACE*” merupakan hasil penelitian kuantitatif .

Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode eksplanasi, karena dalam penelitian ini menggunakan dua variabel. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumusan Lemeshow dengan jumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah menggunakan SPSS versi 25. Analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya *Influencer* secara parsial memberi pengaruh positif serta signifikan pada Minat Beli. Hal tersebut terlihat pada Variabel *influencer* mempunyai nilai signifikan ($0,000 < 0,05$), Maka dapat disimpulkan ada pengaruh signifikan secara parsial antara *Influencer* dengan Minat Beli. promosi secara parsial memberi pengaruh serta signifikan pada Minat Beli Hal tersebut terlihat pada Variabel promosi mempunyai nilai signifikan ($0,002 < 0,05$), maka promosi berpengaruh terhadap minat beli. Kualitas Produk secara parsial memberi pengaruh serta signifikan pada Minat Beli. Hal tersebut terlihat pada Variabel Kualitas Produk mempunyai nilai signifikan ($0,000 < 0,05$), dengan demikian kualitas produk juga berpengaruh terhadap minat beli.

Kata Kunci : *Influencer*, Promosi, Kualitas Produk

ABSTRACT

The thesis entitled "THE INFLUENCE OF INFLUENCERS, PROMOTION AND QUALITY OF PRODUCTS IN TIKTOK ON INTEREST TO BUY GOODS THROUGH MARKETPLACE" is the result of quantitative research.

The research methodology used is quantitative research using the explanatory method, because in this study used two variables. The sampling technique used Limeshow with a total of 100 respondents. The data collection technique used a questionnaire which was processed using SPSS version 25. Data analysis used multiple linear regression.

The results of this research show that influencers partially have a positive and significant influence on purchase intention. This can be seen in the influencer variable having a significant value ($0.000 < 0.05$). So it can be concluded that there is a partially significant influence between influencers and buying interest. promotions partially and significantly influence Purchase Intentions. This can be seen in the promotions Variable which has a significant value ($0.002 < 0.05$), then promotions affect purchase intention. Product Quality partially and significantly influence Purchase Intention. This can be seen in the Product Quality Variable which has a significant value ($0.000 < 0.05$), thus product quality also influences purchase intention.

Keywords: *Influencers, Promotion, Product Quality*