

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP MINAT BELI PRODUK HANASUI
GLAZEDORABLE VINYL STAIN**

SKRIPSI

OLEH :

GALUH PRASETYANINGRUM

20202010325232



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Trust* Terhadap Minat Beli Produk Hanasui Glazedorable Vinyl Stain

Nama Mahasiswa : Galuh Prasetyaningrum

Nomor Pokok : 202010325232

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024



Jakarta, 25 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Joseph Martinio Jocien Renwarin, SE., MM.

NIDN. 0313036802

Widi Winarso, SE., MM

NIDN. 0319067606

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Trust* Terhadap Minat Beli Produk Hanasui Glazedorable Vinyl Stain

Nama Mahasiswa : Galuh Prasetyaningrum

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325232

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 25 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA

NIDN. 0309048102

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Andrian, SE., MM.

NIDN. 0321077102

Penguji : Dr. Joseph Martinio Jocien Renwarin, SE., MM.

NIDN. 0313036802

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak

NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Galuh Prasetyaningrum
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325232
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 19 Desember 2000
Alamat : Kp. Ujung Harapan, Rt/Rw 009/001, Kelurahan Bahagia, Kecamatan Babelan, Bekasi (17610)

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Trust* Terhadap Minat Beli Produk Hanasui Glazedorable Vinyl Stain. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasinya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 25 Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan



Galuh Prasetyaningrum
202010325232

ABSTRAK

Inovasi digunakan sampai pada penciptaan produk. Salah satu produk kecantikan yang menggunakan inovasi terbaru yaitu produk Hanasui glazedorable vinyl stain. Dalam rangka meningkatkan minat beli, maka digunakan beberapa strategi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *influencer marketing* dan *brand trust* dapat mempengaruhi minat beli produk Hanasui glazedorable vinyl stain. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 responden dan terfokus pada mahasiswi prodi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di suatu di Jakarta, Indonesia. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan penyebaran data menggunakan kuesioner terhadap 100 responden. Data diolah dengan menggunakan *software* SPSS Versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *influencer marketing* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat beli dan *brand trust* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat beli. Meskipun keduanya berpengaruh tetapi *brand trust* memiliki pengaruh paling kuat terhadap minat beli dibandingkan dengan *influencer marketing*.

Kata Kunci : *Influencer Marketing, Brand Trust, Minat Beli*

ABSTRACT

Innovation is used to create products. One of the beauty products that uses the latest innovation is the Hanasui glazedorable vinyl stain product. In order to increase buying interest, several marketing strategies are used. This research aims to find out whether influencer marketing and brand trust can influence purchasing interest in Hanasui glazedorable vinyl stain products. The method used in this research is a quantitative method. The sample used was 100 respondents and focused on management study students at the Faculty of Economics and Business in Jakarta, Indonesia. The sampling technique in this research used a purposive sampling technique by distributing data using a questionnaire to 100 respondents. The data was processed using SPSS Version 26 software. The research results showed that influencer marketing had a significant positive influence on purchasing interest and brand trust had a significant positive influence on purchasing interest. Even though both are influential, brand trust has the strongest influence on purchasing interest compared to influencer marketing.

Keywords : Influencer Marketing, Brand Trust, Purchase Intention

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas khadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP MINAT BELI PRODUK HANASUI GLAZEDORABLE VINYL STAIN”**. Penyusunan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) Prodi Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada.

1. Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak., selaku kepala Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M, selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Heni Rohaeni, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik, Terima kasih atas motivasi dan saran yang diberikan kepada saya sehingga saya merasa yakin untuk mengambil skripsi ini dengan cepat.
5. Dr. Joseph Martinio Jocien Renwarin, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Pertama Skripsi saya, Terima kasih atas bimbingan, saran dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Semoga bapak selalu diberi kesehatan dan perlindungan oleh Allah SWT.

6. Widi Winarso, S.E., M.M , selaku Dosen Pembimbing kedua Skripsi saya, Terima kasih atas bimbingan, saran dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin.
 7. Untuk kedua orang tua dan adik saya yang sangat saya cintai yang selalu memberikan dukungan berupa do'a, materi, motivasi, dan harapan agar tetap semangat dalam kuliah dan menyelesaikan skripsi ini.
 8. Seluruh Dosen serta jajaran staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan berharga bagi saya selama menjalani masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
 9. Teman yang selalu memberi dukungan dan semangat, serta teman seperbimbingan skripsi saya dan serta teman - teman kelas 8-A4 Manajemen yang menjadi tempat berbagi ilmu pengetahuan serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan teman sepermainan dalam perkuliahan yang memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis yaitu : Okta, Mafia Pentol, Strong Club, Ajojing dan Remaja Jompo.
 10. Kakak tingkat, adek tingkat serta teman-teman selama kuliah yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang turut memberikan semangat, dukungan dan bantuan selama perkuliahan.
- Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menerima saran dan kritik pembaca. Waassalamu'alaikum wr.wb

Jakarta, 25 Juli 2024



Galuh Prasetyaningrum
202010325232

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Masalah	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Batasan Masalah.....	14
1.6 Sistematika penulisan	14
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	16
2.1 Teori.....	16
2.1.1 Manajemen Pemasaran	16
2.1.2 <i>Digital Marketing</i>	16
2.1.3 <i>Branding</i>	17
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	17
2.1.5 Minat Beli	18
2.1.6 Influencer Marketing	20
2.1.7 Brand Trust	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Konseptual	28

2.4 Hipotesis	29
2.4.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Minat Beli	30
2.4.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Minat Beli	31
2.4.3 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> dan <i>Brand Trust</i> terhadap Minat Beli	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Desain Penelitian	34
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel	35
3.3 Jenis dan Sumber Data	36
3.3.1 Jenis Data.....	36
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	38
3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	40
3.5.1 Uji Instrumen	40
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.5.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.6 Uji Hipotesis.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Hasil.....	46
4.1.1 Gambaran Umum <i>Brand Hanasui Glazedorable Vinyl Stain</i>	46
4.1.2 Hasil Analisis Deskriptif.....	48
4.1.3 Deskripsi Variabel.....	49
4.1.4 Profil Responden.....	51
4.1.5 Uji Instrumen	56
4.1.6 Uji Asumsi Klasik.....	60
4.1.7 Uji Hipotesis	64
4.1.8 Analisis Regresi Linier Berganda	67
4.2 Pembahasan	69
BAB V PENUTUP	72
5.1 Simpulan.....	72

5.2 Saran.....	73
5.2.1 Saran Manajerial.....	73
5.2.2 Saran Penelitian Selanjutnya	78
5.3 Keterbatasan Hasil penelitian.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN	87



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nama Influencer di Instagram yang Digunakan Hanasui	7
Tabel 1. 2 Research Gap (X1 – Y) Pengaruh Influencer Marketing terhadap Minat Beli	10
Tabel 1. 3 Research Gap (X2 – Y) Pengaruh Brand Trust terhadap Minat Beli	11
Tabel 2. 1 Teori Empiris	26
Tabel 3. 1 Skala Likert	38
Tabel 3. 2 Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	39
Tabel 4. 1 Jawaban responden pada Variabel Influencer Marketing (X1)	49
Tabel 4. 2 Jawaban responden pada Variabel Brand Trust (X2)	50
Tabel 4. 3 Jawaban Responden pada Variabel Minat Beli (Y)	51
Tabel 4. 4 Profil Usia Responden	52
Tabel 4. 5 Profil Jenis Kelamin Responden	53
Tabel 4. 6 Profil Domisili Responden	54
Tabel 4. 7 Profil Rata-Rata Uang Yang dikeluarkan Responden	55
Tabel 4. 8 Profil Angkatan Responden	55
Tabel 4. 9 Uji Validitas Influencer Marketing (X1)	57
Tabel 4. 10 Uji Validitas Brand Trust (X2)	57
Tabel 4. 11 Uji Validitas Minat Beli (Y)	58
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas Influencer Marketing (X1)	59
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas Brand Trust (X2)	59
Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas Minat Beli (Y)	60
Tabel 4. 15 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	61
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinieritas	62
Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi (R ²)	65
Tabel 4. 18 Hasil Uji t (Parsial)	66
Tabel 4. 19 Hasil Uji F (Simultan)	67
Tabel 4. 20 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Tempat Pembelian Kosmetik Tahun 2022	2
Gambar 1. 2 Jumlah Kunjungan Pada Web Shopee 2023	3
Gambar 1. 3 Preferensi Konsumen Indonesia Untuk Kosmetik	4
Gambar 1. 4 Official Store Hanasui di Shopee	5
Gambar 1. 5 Produk Kosmetik yang Sering Digunakan di Indonesia	6
Gambar 1. 6 Hanasui Glazedorable Vinyl Stain	6
Gambar 1. 7 Sembilan Brand Lip Cosmetic Terlaris di E-commerce.....	8
Gambar 1. 8 Review Hanasui Glazedorable Vinyl Stain	9
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4. 1 Enam Warna Hanasui Glazedorable Vinyl Stain.....	47
Gambar 4 2Jumlah Pengikut Shopee Pada Tahun 2024.....	47
Gambar 4 3 Uji Normalitas	61
Gambar 4 4 Hasil Uji Heterokedastisitas	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme
Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi
Lampiran 3 Surat Permohonan
Lampiran 4 Lembar Kuesioner
Lampiran 5 Tabulasi Data Skala Penelitian
Lampiran 6 Hasil Uji Pilot Study
Lampiran 7 Kartu Bimbingan
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup

