

**PENGARUH *INFLUENCER*, HARGA, KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
GENERASI Z (STUDI PADA KONSUMEN USIA 11-26
TAHUN DI INSTAGRAM MAKANAN PENUTUP BITTER
SWEET BY NAJLA)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh :

Devona Pavita Sutoto

NBI : 1121700025

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

**PENGARUH *INFLUENCER*, HARGA, KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
GENERASI Z (STUDI PADA KONSUMEN USIA 11-26
TAHUN DI INSTAGRAM MAKANAN PENUTUP BITTER
SWEET BY NAJLA)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh :

Devona Pavita Sutoto
NBI : 1121700025

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Devona Pavita Sutoto

Nbi : 1121700025

Judul : Pengaruh *Influencer*, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z (Studi Pada Konsumen Usia 11-26 Tahun di Instagram Makanan Penutup *bittersweet* by Najla).

Surabaya, 09 Juli 2021

Mengetahui,

Disetujui Oleh,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dosen Pembimbing


Dr. Dra. Rachmawati Novaria, MM


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan di terima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal:

Dewan Penguji :

1. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

Ketua

()

2. Drs. Ute Chairuz M. Nasution, MS

Anggota

()

3. Dr. Awin Mulyati, MM

Anggota

()

Mengesahkan Dekan
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dr. Dra. Rachmawati Novaria, MM.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Devona Pavita Sutoto

Nbi : 1121700025

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Influencer*, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z (Studi Pada Konsumen Usia 11-26 Tahun di Instagram Makanan Penutup *bittersweet by Najla*)

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan / atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan di Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya

Surabaya, 09 Juli 2021
Yang membuat Pernyataan


The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow and red postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the number '10000'. Below the stamp, the alphanumeric code '9DEF5AJX329747434' is visible.

Devona Pavita Sutoto



**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Devona pavita sutoro
NBI : 11 21 7000 25
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk
memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus
1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive
Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

Pengaruh Influencer, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan
Pembelian Generasi Z (Studi Pada Konsumen Ultra 11-26 tahun
di Instagram Makanan Penutup bittersweet by Nayla).

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-
Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau
memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database),
merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 09 Juli 2021

Yang Menyatakan,



(Devona pavita sutoro.....)

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan agar mengetahui seberapa besar pengaruh *influencer*, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian generasi Z dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dan uji yang digunakan yaitu uji instrumen yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, dan analisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan uji hipotesis uji t dan uji R^2 dalam penelitian ini instrumen yang digunakan yaitu berupa kuesioner *google form*. Populasi berjumlah 100 responden dengan kriteria yang telah ditetapkan. Dan hasil yang diperoleh yaitu terdapat pengaruh variabel *influencer* terhadap keputusan pembelian generasi Z, dan variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian generasi Z, sedangkan untuk variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian generasi Z. Dan hasil uji R^2 menyatakan bahwa 60,5% Influencer, harga, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian generasi Z sisa nya sebesar 39,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : *Influencer*, Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study was conducted in order to determine how much influence influencers, price, product quality have on the purchasing decisions of Generation Z in this study using quantitative research methods, and the test used is the instrument test which includes validity and reliability tests, and analysis using multiple linear regression analysis with test hypothesis t test and R^2 test, in this study the instrument used is a google form questionnaire. The population is 100 respondents with predetermined criteria. And the results obtained are that there is an influence of the influencer variable on the purchasing decisions of Generation Z, and the price variable has a positive and significant effect on the purchasing decisions of Generation Z, while the product quality variable has no effect on the purchasing decisions of Generation Z. And the results of the R^2 test state that 60.5% Influencer, price, and product quality affect the purchasing decisions of Generation Z, the remaining 39.5% is influenced by other variables.

Keywords: Influencer, Price, Product Quality, and Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur saya Panjatkan Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa selalu melimpahkan Rahmat dan KemudahanNya dalam saya menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Influencer*, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z (Studi Pada Konsumen Usia 11-26 tahun di Instagram Makanan Penutup bittersweet by Najla)” dengan lancar.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat agar mendapatkan gelar Sarjana Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dan dalam kesempatan ini, dengan rasa yang setulus-tulusnya, kerendahan hati penulis ini menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah ikhlas dan baik hati memberikan waktu, kesempatan dan kontribusinya dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini yaitu sebagai berikut :

1. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CMA. CPA Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu Dr. Rachmawati Novaria, MM. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Drs. Agung Pudjianto, MM. Selaku Kepala Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, M.P. Selaku Dosen Pembimbing 1 saya yang sudah dengan sabar membimbing, memotivasi membantu, mengarahkan dan selalu memberi semangat saya hingga saya dapat menyelesaikan skripsi.
5. Ibu Drs. Sri Andayani, MM. Selaku Dosen Pembimbing 2 saya yang sudah mengarahkan, membimbing hingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya.
6. Bapak/Ibu Dosen beserta Staf Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
7. Kepada pihak bittersweet by Najla yang telah mengizinkan saya untuk meneliti.
8. Kepada Papa saya tercinta karena sudah dengan sabar mendidik, merawat, menjaga, membiayai, menami dan selalu menyemangati Devona seorang diri hingga Devona telah mampu menyelesaikan Skripsi.
9. Kepada Keluarga besar saya terima kasih atas dukungan, doa dan semangatnya.
10. Kepada teman-teman saya Nancy yang telah memberikan saya tumpangan

wifi pada saat bimbingan ketika wifi dirumah terdapat gangguan, Try, Debora, Nelly atas dukungan, semangat dan doanya pada saat saya menyelesaikan skripsi.

11. Kepada Ibu Wulan, Mbak Lina di tempat saya magang yang selalu mengizinkan saya untuk mengerjakan skripsi, selalu menyemangati saya dalam proses pekerjaan skripsi ini.
12. Kepada teman-teman kuliah saya yaitu Netta, Mayumi, Betsy, Rossy, Alvani, Nanda yang telah membantu saya, selalu ada waktu untuk saya, yang selalu menyemangati saya dalam mengerjakan skripsi ini.
13. Serta pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Semoga partisipasi yang telah disumbangkan kepada saya sebagai penulis menjadi amal kebaikan dan semoga mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu kritik, saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan.

Surabaya, 09 Juli 2021



Devona Pavita Sutoto

DAFTAR ISI

COVER LUAR	
COVER DALAM	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Pemasaran	16
2.2.2 <i>Digital Marketing</i>	17

2.2.3 <i>E-Commerce</i>	18
2.2.4 <i>Influencer</i>	20
2.2.5 Kualitas Produk	25
2.2.6 Harga	28
2.2.7 Media Sosial	30
2.2.8 Instagram	32
2.2.9 Perilaku Konsumen	33
2.2.10 Keputusan Pembelian	37
2.2.11 Generasi Z	39
2.3 Kerangka Berpikir	40
2.4 Konseptualisasi (Definisi Konsep Dan Definisi Operasional)	41
2.5 Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Rancangan Penelitian	45
3.2 Populasi dan Sampel	45
3.3 Teknik Pengumpulan Data	46
3.4 Instrumen Penelitian.....	47
3.5 Teknik Analisis Data	47
3.5.1 Uji Reliabilitas	47
3.5.2 Uji Validitas.....	48
3.5.3 Analisis Regresi Berganda.....	48
3.5.4 Uji Hipotesis	48
BAB IV PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum Usaha	51
4.2 Uji Validitas	52
4.3 Uji Reliabilitas	54

4.4	Karakteristik Responden	54
4.4.1	Domisili	54
4.4.2	Jenis Kelamin.....	55
4.4.3	Pekerjaan	56
4.4.4	Pendapatan	56
4.5	Tabulasi Data	57
4.5.1	Tabulasi Data <i>Influencer</i>	57
4.5.2	Tabulasi Data Harga.....	61
4.5.3	Tabulasi Data Kualitas Produk	64
4.5.4	Tabulasi Data Keputusan Pembelian.....	68
4.6	Rekapitulasi Jawaban Responden	71
4.6.1	Rekapitulasi Jawaban Responden	
	Variabel <i>Influencer</i> (X1)	71
4.6.2	Rekapitulasi Jawaban Responden	
	Variabel Harga (X2)	73
4.6.3	Rekapitulasi Jawaban Responden	
	Variabel Kualitas Produk (X3)	75
4.6.4	Rekapitulasi Jawaban Responden	
	Variabel Keputusan Pembelian (Y)	77
4.7	Analisis Hasil Penelitian	79
4.7.1	Analisis Regresi Berganda	79
4.8	Uji Hipotesis	80
4.8.1	Uji t	81
4.8.2	Koefisien Determinasi (R Square)	82
4.9	Pengujian Hipotesis	82
4.10	Pembahasan	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Penggunaan Media Sosial di Indonesia	1
Gambar 1.2	Presentase Penggunaan Internet di Indonesia 2017	2
Gambar 1.3	<i>Influencer Mereview</i> Produk <i>bittersweet</i> by Najla Dan Diunggah Ke Dalam <i>Feeds</i>	3
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	9
Gambar 4.1	Logo <i>bittersweet</i> by Najla	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2.2 Konseptualisasi (Definisi Konsep Dan Definisi Operasional)	41
Tabel 4.1 Tabel Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4.2 Tabel Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.3 Domisili Responden	55
Tabel 4.4 Jenis Kelamin Responden	55
Tabel 4.5 Jenis Pekerjaan	56
Tabel 4.6 Pendapatan Responden	57
Tabel 4.7 Tabel Tabulasi Data <i>Influencer</i>	57
Tabel 4.8 Tabel Tabulasi Data Harga	61
Tabel 4.9 Tabel Tabulasi Data Kualitas Produk	64
Tabel 4.10 Tabel Tabulasi Data Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.11 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Influencer</i>	71
Tabel 4.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Harga	73
Tabel 4.13 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X3).....	75
Tabel 4.14 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	77
Tabel 4.15 Analisis Regresi Berganda	79
Tabel 4.16 Uji t.....	81
Tabel 4.17 Model <i>Summary</i>	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	93
Lampiran 2 Lembar Revisi.....	101
Lampiran 3 Turnitin.....	104