

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*,
BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW
PERFECT COVER CUSHION PADA APLIKASI
TIKTOK SHOP**

**(Studi Kasus pada Generasi Z yang
Menggunakan Aplikasi Tiktok Shop di Surabaya)**



Oleh :

JAUZAA RONAA NUUR AQIILA
1212200166

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2025

**ANALISIS PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *BRAND IMAGE*,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK GLAD2GLOW *PERFECT COVER CUSHION*
PADA APLIKASI TIKTOK SHOP**

**(Studi Kasus pada Generasi Z yang Menggunakan Aplikasi Tiktok Shop
di Surabaya)**



Diajukan Oleh :

JAUZAA RONAA NUUR AQILA

1212200166

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2025

===== SKRIPSI =====

**ANALISIS PENGARUH INFLUENCER MARKETING, BRAND IMAGE,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK GLAD2GLOW PERFECT COVER CUSHION PADA
APLIKASI TIKTOK SHOP**

**(Studi Kasus pada Generasi Z yang Menggunakan Aplikasi Tiktok Shop
di Surabaya)**



Oleh :

JAUZAA RONAA NUUR AQILA

1212200166

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2025

**ANALISIS PENGARUH INFLUENCER MARKETING, BRAND IMAGE,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK GLAD2GLOW PERFECT COVER CUSHION PADA
APLIKASI TIKTOK SHOP**

**(Studi Kasus pada Generasi Z yang Menggunakan Aplikasi Tiktok Shop
di Surabaya)**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

JAUZAA RONAA NUUR AQILA

1212200166

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

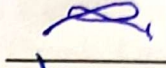
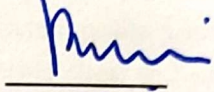
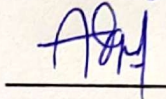
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2025

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal

TIM PENGUJI :

- | | | |
|-------------------------------------|-----------|---|
| 1. Prof. Dr. I.A. Brahma Ratih, MM. | - Ketua |  |
| 2. drg. Pramita Studiviany S., MM. | - Anggota |  |
| 3. Ida Ayu Nuh Kartini, SE., MM. | - Anggota |  |

Mengesahkan,
Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

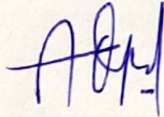


Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, Ak., M.S., CA., CPA.
NPP/ISBN:9786235351247

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Jauzaa Ronaa Nuur Aqiila
NBI : 1212200166
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul : **Analisis Pengaruh Influencer Marketing, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2glow Perfect Cover Cushion Pada Aplikasi Tiktok Shop (Studi Kasus pada Generasi Z yang Menggunakan Aplikasi Tiktok Shop di Surabaya)**

Surabaya, 03 Desember 2025
Mengetahui / Menyetujui
Pembimbing,



Ida Ayu Nuh Kartini, SE.,MM

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Jauzaa Rona Nuur Aqilla
2. NBI : 1212200166
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3515094306030003
6. Alamat Rumah : PRUM Taman Surya Kencana Uranus (B-67),
kce Tulanngan, Kabupaten Sidoarjo, Jawa
Timur.

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

Analisis Pengaruh Influencer Marketing, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2glow Perfect Cover Cushion Pada Aplikasi Tiktok Shop (Studi Kasus pada Generasi Z yang Menggunakan Aplikasi Tiktok Shop di Surabaya).

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan, dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata bukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya,, 2025

Yang Membuat,


(Jauzaa Rona Nuur Aqilla)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail: perpus@untag-sby.ac.id

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

Saya Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jauzaa Ronaa Nuur Aqiila
NBI/ NPM : 1212200166
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi/ ~~Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/ Praktek*~~

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:

“ANALISIS PENGARUH INFLUENCER MARKETING, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW PERFECT COVER CUSHION PADA APLIKASI TIKTOK SHOP (Studi Kasus pada Generasi Z yang Menggunakan Aplikasi Tiktok Shop di Surabaya)”

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 :

tembuat,

(Jauzaa Ronaa Nuur Aqiila)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Influencer Marketing, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow Perfect Cover Cushion pada Generasi Z Pengguna TikTok Shop di Surabaya.” Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak, penelitian dan penulisan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan tulus menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

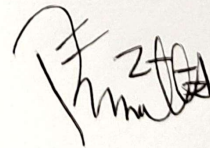
1. Ida Ayu Nuh Kartini, SE, MM, selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dalam memberikan bimbingan, perhatian, kritik dan saran yang sangat berharga dengan penuh kesabaran dan kesungguhan hati sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, Ak., M.S., CA., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Gustaf Naufan Febrianto, A.Md., S.E., M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Prof. Dr. I.A. Brahma Ratih, MM., drg. Pramita Studiviany S., MM., Estik Hari Prastiwi SE.,MM. dan Dr. Endah Budiarti M.Si. Selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu tambahan serta wawasannya. Penulis sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk megoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan Seminar Hasil.

6. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
7. Kepada cinta pertama saya Bapak Agus Wijaya dan Pintu Surga bagi saya Ibu Heni Suswati, terima kasih yang sebesar-besarnya atas doa, kasih sayang, dukungan moral, dan materi yang tak terhingga selama ini. Terima kasih atas pengorbanan, kesabaran, dan motivasi yang telah diberikan, sehingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan ini dengan baik.
8. Kepada sahabat seperjuangan penulis, Yurike Aryanti, Riske Mareta Ery Cindia, Nira Galuh Paramitha, Ni Ketut Ayu Puspita Sari, Ramita Rahmawati dan Novindah Tri Astutik. Terimakasih selalu memberikan dukungan dan saling membantu dalam pengerjaan skripsi hingga akhir. Semoga persahabatan ini akan terus berlanjut.
9. Kepada My Best Partner Yuan Adi Pratama, yang selalu ada disamping penulis dan menjadi support system penulis. Terimakasih telah mendengarkan keluh kesah,serta memberikan dukungan dan semangat.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang memberikan bantuan, semangat dan doa kepada penulis sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Maka dari itu, penulis dengan senang hati mengambil saran dan kritik yang bersifat membangun demi perbaikan di masa akan datang. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi referensi yang berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Aamiin.

Surabaya, 03 Desember 2024



Jauzaa Ronaa Nuur Aqiila

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Influencer Marketing, Brand Image, and Product Quality on the Purchase Decision of Glad2Glow Perfect Cover Cushion among Generation Z TikTok Shop users in Surabaya. Using a quantitative survey approach, data were collected from 101 purposively selected respondents who had purchased the product via TikTok Shop. The data were processed through validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, coefficient of determination, and t- and F-tests. The results show that Influencer Marketing, Brand Image, and Product Quality jointly have a significant effect on Purchase Decision. Partially, Influencer Marketing has a negative and significant effect, while Brand Image and Product Quality have positive and significant effects, with Product Quality being the most dominant factor. These findings indicate that although influencer promotions are important, Generation Z consumers place greater emphasis on product quality and brand perception when making purchasing decisions.

Keywords: *Influencer Marketing, Brand Image, Product Quality, Purchase Decision, TikTok Shop, Generation*

RINGKASAN

TikTok Shop adalah fitur *social commerce* dalam aplikasi TikTok yang memungkinkan pengguna membeli dan menjual produk secara langsung tanpa berpindah platform. Fitur ini menggabungkan konten video kreatif, promosi influencer, dan pengalaman belanja interaktif yang sangat diminati oleh Generasi Z di Surabaya. Salah satu produk yang populer di TikTok Shop adalah *Glad2Glow Perfect Cover Cushion*, yang banyak dibeli karena ulasan influencer, citra merek yang positif, serta kualitas produk yang dinilai baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Influencer Marketing (X1), Brand Image (X2), dan Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Generasi Z pengguna TikTok Shop di Surabaya. Penelitian ini juga memiliki hipotesis bahwa ketiga variabel independen tersebut berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuesioner kepada 101 responden Generasi Z yang pernah membeli *Glad2Glow Perfect Cover Cushion* di TikTok Shop. Data dianalisis menggunakan SPSS dengan tahapan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta uji koefisien determinasi. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji F untuk melihat pengaruh simultan serta uji t untuk melihat pengaruh masing-masing variabel secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Influencer Marketing, Brand Image, dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Secara parsial, variabel Influencer Marketing memiliki nilai t hitung -2,031 lebih besar secara absolut dari t tabel 1,984 dengan signifikansi $0,045 < 0,05$, sehingga berpengaruh signifikan meskipun arah pengaruhnya negatif. Variabel Brand Image memiliki nilai t hitung 5,741 lebih besar dari t tabel 1,984 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga berpengaruh positif dan signifikan. Variabel Kualitas Produk merupakan faktor yang paling dominan, dibuktikan dengan nilai t hitung 9,654 lebih besar dari t tabel 1,984 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh paling kuat terhadap keputusan pembelian *Glad2Glow Perfect Cover Cushion* di kalangan Generasi Z pengguna TikTok Shop di Surabaya.

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER LUAR	i
COVER DALEM	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	v
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRACT	x
RINGKASAN	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II KAJIAN TEORI	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Perilaku Konsumen	9
2.1.3 <i>Influencer Marketing</i>	12
2.1.4 <i>Brand image</i>	15
2.1.5 Kualitas Produk	18
2.1.6 Keputusan Pembelian	22
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Hubungan Antar Variabel	31
2.3.1 Hubungan <i>Influencer Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian ..	31
2.3.2 Hubungan <i>Brand image</i> terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.3 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.4 Hubungan <i>Influencer Marketing</i> , <i>Brand image</i> , Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	33
2.4 Kerangka Konseptual	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Desain Penelitian	37
3.2 Tempat dan Waktu	38
3.2.1 Lokasi Penelitian	38
3.2.2 Waktu Penelitian	38
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.3.1 Jenis Data	39
3.3.2 Sumber Data	39
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.4.1 Populasi	40
3.4.2 Sampel	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.6 Definisi Variabel dan Operasional	42
3.6.1 Definisi Variabel	42
3.6.2 Definisi Operasional	44
3.7 Proses Pengolahan Data	47
3.8 Metode Analisis Data	48
3.8.1 Uji Instrumen	48
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	49
3.9 Uji Hipotesis dan Analisa Data	51
3.9.1 Uji Regresi Linear Berganda	51
3.9.2 Koefisiensi Determinasi (R^2)	51
3.9.3 Uji T (Parsial)	52
3.9.4 Uji F (Simultan)	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.1 Tiktok Shop	53
4.1.2 Produk Glad2Glow <i>Perfect Cover Cushion</i> pada aplikasi Tiktok Shop	53
4.2 Deskripsi dan Hasil Penelitian	54
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	54
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	56
4.3 Hasil Uji Instrumen	63
4.3.1 Uji Validitas	63
4.3.2 Uji Reliabilitas	65
4.4 Analisis Data	65
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	65
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda	69
4.4.3 Koefisiensi Determinasi (R^2)	70
4.5 Hasil Uji Hipotesis	71

4.5.1 Uji t (Parsial)	71
4.5.2 Uji F (Simultan)	73
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	74
4.6.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	74
4.6.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	74
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	75
4.6.4 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> , <i>Brand Image</i> , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	76
4.7 Implikasi Penelitian	76
4.8 Keterbatasan Penelitian	77
BAB V PENUTUP	79
5.1 Simpulan	79
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	42
Tabel 4.1 Usia Responden	55
Tabel 4.2 Pembelian Glad2Glow Perfect Cover Cushion di Tiktok Shop...	55
Tabel 4.3 Domisili Responden.....	56
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Influencer marketing (X1)	57
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Brand Image (X2)	58
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X3)	60
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Realiabilitas.....	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	67
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji T	72
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Penggunaan Sosial Media Di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Data pengguna TikTok Terbanyak di Dunia.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas P-Plo	67
Gambar 4. 2 Scatterplot.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	85
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	91
Lampiran 3 Uji Validitas.....	109
Lampiran 4 Uji Reliabilitas	111
Lampiran 5 Asumsi Klasik	112
Lampiran 6 Uji Hipotesis	115
Lampiran 7 Hasil Turnitin	116
Lampiran 8 Kartu Bimbingan.....	117