

**PENGARUH ENDORSEMENT INFLUENCER, INFLUENCER
CREDIBILITY, DAN CONTENT MARTEKTING TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA
PHODODUMP STATION TUNJUNGAN DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

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



OLEH:

NANDA UNZILATUR ROCHMAH

NBI. 1122200102

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2026**

**PENGARUH *ENDORSEMENT INFLUENCER*, *INFLUENCER CREDIBILITY*, DAN *CONTENT MARTEKTING* TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN
JASA PHODODUMP STATION TUNJUNGAN DI KOTA
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga



Disusun Oleh:
NANDA UNZILATUR ROCHMAH
NBI. 1122200102

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

2026

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nanda Unzilatur Rochmah
NBI : 1122200102
Judul : Pengaruh *Endorsement Influencer, Influencer Credibility,*
Dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Konsumen
Dalam Menggunakan Jasa Photodump Station Tunjungan
Di Kota Surabaya.

Surabaya, 8 Juli 2026

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing 1


Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S.
NPP.20110.86.0062


Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.
NPP. 20120.86.0057

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 8 Juli 2026.

Dewan Penguji:

1. Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.
Ketua
2. Dra. Ni Made Ida Pertiwi, M.M.
Anggota I
3. Dra. Diana Juni Mulvati, M.M.
Anggota II

()
()
()

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



Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S.

NPP. 20110.86.0062

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nanda Unzilatur Rochmah
NBI : 1122200102
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Endorsement Influencer, Influencer Credibility, Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Photodump Station Tunjungan Di Kota Surabaya*

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 Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi sayaterbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam 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 sesadaar-sadarnya.

Surabaya, 8 Juli 2026

Yar an



Nanda Unzilatur Rochmah



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

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

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

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

Nama : Nanda Unzilatur Rochmah
NBI/ NPM : 1122200102
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Politik
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Jenis Karya : Skripsi

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 *Endorsement Influencer, Influencer Credibility* Dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Photodump Station Tunjungan Di Kota 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 : 8 Juli 2026

Yang Menyatakan,



(Nanda Unzilatur Rochmah)

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٩٤﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

"Karena sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan."
(QS. Al-Insyirah [94]: 5–6)

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى

"Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya."
(QS. An-Najm [53]: 39)

إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

"Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar."
(QS. Al-Baqarah [2]: 153)

لَا تَقْنَطُوا مِنْ رَحْمَةِ اللَّهِ

"Janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah."
(QS. Az-Zumar [39]: 53)

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٩٥﴾ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ

"Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap."
(QS. Al-Insyirah [94]: 7–8)

PERSEMBAHAN

Puji syukur ke hadirat Allah SWT. Atas segala nikmat, karunia, dan pertolongan-Nya sehingga karya ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan penuh rasa syukur dan kebahagiaan, karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT. Yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, kemudahan, serta petunjuk dalam setiap langkah perjalanan hingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kedua orang tua tercinta, Alm. Bapak Mahfud dan Ibu Muflihah, yang selalu memberikan kasih sayang, doa dukungan, serta motivasi tanpa henti. Terima kasih atas segala perjuangan dan ketulusan yang telah diberikan. Skripsi ini menjadi salah satu bentuk rasa syukur dan terima kasih penulis atas segala cinta dan pengorbanan yang telah diberikan.
3. Diri sendiri, terima kasih karena telah berjuang hingga sejauh ini, tetap kuat, tetap percaya, dan tetap melangkah meskipun tidak selalu mudah menghadapi berbagai tantangan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena tidak menyerah dan tetap berusaha memberikan yang terbaik.

ABSTRAK

Nanda Unzilatur Rochmah, 2026, **Pengaruh *Endorsement Influencer*, *Influencer Credibility* Dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Photodump Station Tunjungan Di Kota Surabaya.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Endorsement Influencer*, *Influencer Credibility*, dan *Content Marketing* terhadap Keputusan Konsumen dalam menggunakan jasa Photodump Station Tunjungan di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Photodump Station Tunjungan yang pernah menggunakan jasa tersebut. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Analisis data dilakukan menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Endorsement Influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Photodump Station Tunjungan. *Influencer Credibility* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Selain itu, *Content Marketing* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen serta menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel independen lainnya. Secara simultan, *Endorsement Influencer*, *Influencer Credibility*, dan *Content Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Photodump Station Tunjungan di Kota Surabaya. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan variasi keputusan konsumen sebesar 16%, sedangkan sisanya sebesar 84% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital melalui pemanfaatan influencer yang tepat, kredibilitas *influencer* yang tinggi, serta penyajian konten yang menarik dan berkualitas dapat meningkatkan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Photodump Station Tunjungan. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus mengoptimalkan ketiga aspek tersebut guna meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak konsumen.

Kata Kunci: *Endorsement Influencer*, *Influencer Credibility*, *Content Marketing*, Keputusan Konsumen.

ABSTRACT

Nanda Unzilatur Rochmah, 2026, ***The Influence of Influencer Endorsement, Influencer Credibility and Content Marketing on Consumer Decisions in Using Photodump Station Tunjungan Services in Surabaya City.***

This study aims to analyze the influence of Influencer Endorsement, Influencer Credibility, and Content Marketing on Consumer Decision-Making in utilizing the services of Photodump Station Tunjungan in Surabaya City. This research employed a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to consumers who had previously used Photodump Station Tunjungan's services. The sampling technique applied was purposive sampling, involving a total of 100 respondents. Data analysis was conducted using instrument testing, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and coefficient of determination analysis with the assistance of IBM SPSS Statistics 25 software. The findings reveal that, partially, Influencer Endorsement has a positive and significant effect on consumers' decisions to use the services of Photodump Station Tunjungan. Likewise, Influencer Credibility demonstrates a positive and significant influence on consumer decision-making. Furthermore, Content Marketing is found to have a positive and significant effect on consumer decisions and emerges as the most dominant variable among the independent variables examined in this study. Simultaneously, Influencer Endorsement, Influencer Credibility, and Content Marketing collectively exert a positive and significant influence on consumers' decisions to utilize the services of Photodump Station Tunjungan in Surabaya. The coefficient of determination indicates that these three independent variables explain 16% of the variance in consumer decision-making, while the remaining 84% is influenced by other factors beyond the scope of this research model. The results suggest that digital marketing strategies involving appropriate influencer endorsements, high influencer credibility, and engaging, high-quality content can effectively enhance consumers' decisions to use Photodump Station Tunjungan's services. Therefore, the company is encouraged to continuously optimize these aspects in order to strengthen its competitiveness and attract a broader consumer base.

Keywords: *Influencer Endorsement, Influencer Credibility, Content Marketing, Consumer Decision-Making.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT. atas segala rahmat, taufik, dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul “Pengaruh *Endorsement Influencer*, *Influencer Credibility*, dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Photodump Station Tunjungan Di Kota Surabaya”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan serta motivasi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu, dengan segera kerendahan hati dan rasa hormat yang mendalam, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya serta mempersembahkan karya sederhana ini kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, kekuatan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Yth, Bapak Harjo Seputro, S.T., M.T., Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Yth, Bapak Prof. Dr. V. Rudy Handoko, MS., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M., Selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya , atas bimbingan, perhatian dan masukan yang sangat berarti dalam menyelesaikan studi maupun skripsi ini.
5. Bapak Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S., Selaku Dosen Wali penulis, yang senantiasa memberikan nasihat, semangat dan arahan yang baik serta penuh kesabaran selama masa perkuliahan.
6. Bapak Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S., Selaku Dosen Pembimbing pertama dan Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, M.P., Selaku Dosen Pembimbing Kedua, atas waktu, kesabaran, ilmu serta arahan yang sangat berharga sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya.
7. Seluruh dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah berbagi ilmu, wawasan, dan pengalaman berharga selama proses perkuliahan berlangsung.

8. Kedua orang tua tercinta, Alm. Bapak Mahfud dan Ibu Muflihah, secara khusus penulis mempersembahkan rasa syukur dan terima kasih yang tak terhingga kepada Abah dan Ibu tersayang. Terima kasih atas cinta yang tulus, doa yang tidak pernah putus, serta pengorbanan yang tak terhitung nilainya. Di balik setiap proses, tantangan, dan keberhasilan yang penulis lalui, selalu ada dukungan dan kasih sayang Abah dan Ibu yang menjadi sumber kekuatan terbesar. Untuk Abah tercinta, meskipun Abah tidak dapat menyaksikan secara langsung selesainya perjalanan ini, kasih sayang, nasihat, serta nilai-nilai kehidupan yang Abah tanamkan akan selalu hidup dalam setiap langkah penulis. Skripsi ini menjadi salah satu bentuk persembahan dan ungkapan rindu penulis kepada Abah. Semoga Abah senantiasa mendapatkan tempat terbaik di sisi Allah SWT, serta segala kebaikan dan pengorbanan Abah menjadi amal jariyah yang terus mengalir. Untuk Ibu tersayang, terima kasih karena selalu menjadi tempat pulang, sumber semangat, dan sosok yang tidak pernah lelah mendoakan serta mendukung penulis dalam setiap keadaan. Semoga skripsi ini dapat menjadi salah satu bentuk kebanggaan dan wujud kecil dan rasa terima kasih penulis atas segala cinta dan pengorbanan yang telah diberikan.
9. Untuk teman-teman paramatags, Jekky, Adrian, Retha, Andin, Mega, dan Sefti. Penulis mengucapkan terima kasih karna telah menemani perjalanan penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih atas canda tawa, kebersamaan, dukungan, perhatian, dan semangat yang selalu diberikan. Setiap momen yang dilalui bersama menjadi kenangan berharga yang memberikan kekuatan dan motivasi bagi penulis untuk terus berkembang dan menyelesaikan skripsi ini. Semoga tali persaudaraan yang telah terjalin dapat terus terjaga dengan baik.
10. Untuk teman-teman knn, Gilang, Rani, dan Dzi. Penulis mengucapkan terima kasih, walaupun pertemuan dan kebersamaan kita hanya berlangsung 12 hari, waktu yang singkat telah membuat banyak cerita, pelajaran, dan kenangan yang sangat berarti. Terima kasih telah menjadi rekan seperjuangan yang saling mendukung, menguatkan dan berbagi kebahagiaan di setiap proses yang kita lalui bersama.
11. Untuk teman-teman kerja, Nita, Nabila, Dzi, dan Angel. Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada teman-teman di Photodump Station yang telah menemani dan mendukung penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas segala perhatian, bantuan, semangat, dan kebersamaan selama 3 tahun lamanya.

Berbagai pengalaman, cerita, dan momen yang telah dilalui bersama menjadi kenangan yang sangat berarti.

12. Untuk teman-teman curhat, Hilmi, Dini dan Divia. Penulis menyampaikan terima kasih kepada teman-teman yang selama ini selalu hadir untuk mendengarkan, memahami, dan memberikan dukungan dalam berbagai situasi. Terima kasih karena telah menjadi tempat berbagi cerita, bertukar pikiran, dan saling menguatkan selama perjalanan penyusunan skripsi ini. Dukungan sederhana yang diberikan sering kali menjadi penyemangat bagi penulis untuk terus melangkah dan menyelesaikan apa yang telah dimulai.
13. Dan terakhir untuk diri saya sendiri, Nanda Unzilatur Rochmah. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Untuk malam-malam penuh tekanan, keraguan dan air mata terima kasih karena tetap memilih melangkah meski jalan tak selalu ramah. Kini telah sampai, maka berbahagialah selalu dimanapun berada. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Dengan kurang dan lebihmu mari merayakan keberanian itu.

Surabaya, 8 Juli 2026

Nanda Unzilatur Rochmah

DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKAS KARYA	
ILMIAH	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	15
1.5 Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Landasan Teori	29
2.2.2 Digital Marketing	31
2.2.3 Perilaku Konsumen	33
2.2.4 Komunikasi Digital	34
2.2.5 Endorsement Influencer.....	35

2.2.7	Content Markerting	44
2.2.8	Keputusan Konsumen.....	48
2.3.1	Definisi Konsep.....	49
2.3.1	Definisi Operasional.....	52
2.4	Pola Hubungan Antar Variabel	54
2.4.1	Pengaruh Endorsement Influencer dan Keputusan Konsumen.....	54
2.4.2	Pengaruh Influencer Credibility dan Keputusan Konsumen	55
2.4.3	Pengaruh Content Marketing dan Keputusan Konsumen.....	55
2.4.4	Pengaruh Endorsement Influencer, Influencer Credibility, dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
2.5	Kerangka Berpikir	57
2.6	Hipotesis	57
BAB III METODE PENELITIAN		59
3.1	Rancangan Penelitian.....	59
3.2	Populasi dan Sampel	59
3.2.1	Populasi	59
3.2.2	Sampel	59
3.2	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	61
3.1.1	Skala Pengukuran.....	61
3.3.2	Instrumen Penelitian.....	63
3.4	Jenis Data dan Sumber Data.....	64
3.4.1	Jenis Data.....	64
3.4.2	Sumber Data.....	64
3.5	Teknik Pengumpulan Data	65
3.6	Teknik Analisis Data	66
3.6.1	Uji Asumsi Klasik	66
3.6.2	Uji Regresi Linear Berganda	68
3.6.3	Uji Hipotesis	69
3.6.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		71
4.1	Penyajian Data.....	71
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	71

4.1.2	Karakteristik Responden.....	72
4.1.3	Uji Instrumen	73
4.2	Tabulasi Data	75
4.2.1	Tabulasi Data Setiap Variabel	75
4.2.2	Analisis Rata-Rata Tabulasi Setiap Variabel.....	88
4.3	Analisis Data	93
4.3.1	Uji Asumsi Klasik	93
4.3.2	Analisis Regresi Linear Berganda	99
4.3.3	Uji Hipotesis	101
4.4	Pembahasan	107
4.4.1	Pengaruh Endorsement Influencer Terhadap Keputusan Konsumen	107
4.4.2	Pengaruh Influencer Credibility Terhadap Keputusan Konsumen	109
4.4.3	Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Konsumen	110
4.4.4	Pengaruh Endorsement Influencer, Influencer Credibility dan Content Marketing Terhadap Keputusan Konsumen	111
BAB V	PENUTUP.....	115
5.1	Kesimpulan.....	115
5.2	Rekomendasi	117
DAFTAR PUSTAKA.....		122
LAMPIRAN		133

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung Photodump Station Tunjungan Januari-Juni 2026	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2. 2 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	53
Tabel 4. 1 Karakteristik Resonden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 4. 2 Karakteristik Resonden Berdasarkan Usia	73
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas	74
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4. 5 Tabulasi Data Endorsement Influencer.....	75
Tabel 4. 6 Tabulasi Data Influencer Credibility	78
Tabel 4. 7 Tabulasi Data Content Marketing	82
Tabel 4. 8 Tabulasi Data Keputusan Konsumen.....	85
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Rata-Rata Tabulasi Endorsement Influencer (X1)	88
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Influencer Credibility (X).....	90
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Content Marketing (X3)...	91
Tabel 4. 12 Hasil Analisi Rata-Rata Tabulasi Variabel Keputusan Konsumen (Y) .	92
Tabel 4. 13 Uji Lineritas Variabel Endorsement Influencer (X1)	94
Tabel 4. 14 Uji Normalitas Metode Kolmogorov-Smirnov	96
Tabel 4. 15 Uji Multikolinearitas.....	97
Tabel 4. 16 Uji Regresi Linear Berganda.....	99
Tabel 4. 17 Uji t (Parsial)	101
Tabel 4. 18 Uji F (Simultan).....	104
Tabel 4. 19 Uji R ² (Koefisien Determinasi)	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Endorsement Influencer oleh Photodump Tunjungan.....	4
Gambar 1. 2 Konten Promosi Photodump pada Akun Instagram @photodump.id	5
Gambar 1. 3 Elevator room (Sumber: Data Penelitian, 2025).....	7
Gambar 1. 4 Roll Camera Film Transparant (Sumber: Data Penelitian, 2025).....	8
Gambar 1. 5 Hasil cetak Roll Camera Film Transparant	9
Gambar 1. 6 Fitting Room (Sumber: Data Penelitian, 2025)	10
Gambar 1. 7 Hasil Cetak Fitting Room (Sumber: Data Penelitian, 2025)	11
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Peneliti	57
Gambar 4. 1 Photodump Station Sumber: Dokumentasi Penulis (2026)	72
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Metode Histogram.....	95
Gambar 4. 3 Uji Normalitas Metode P-P Plot	96
Gambar 4. 4 Uji Heteroskedastisitas Model Scatterplot Sumber: Data Primer, Diolah SPSS ver.25, (2026)	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	133
Lampiran 2 Tabulasi Data	138
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas	151
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik	154
Lampiran 5 Regresi Linier Berganda	158
Lampiran 6 Uji Hipotesis	159
Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian	160
Lampiran 8 Kartu Bimbingan Skripsi	161
Lampiran 9 Surat Keterangan Bebas Lab.....	163
Lampiran 10 Hasil SK Turnitin	164
Lampiran 11 Hasil Turnitin	165
Lampiran 12 LoA Publikasi Jurnal	166
Lampiran 13 Lembar Revisi	167