

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, KUALITAS KONTEN DAN *REVIEW*
ONLINE E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND*
3SECOND KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas ahir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**FAIZAL NURSAMSI
2010411265**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2025**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : FAIZAL NURSAMSI
NIM : 2010411265
PRODI : MANAJEMEN

Menyetakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **Pengaruh *Influencer Marketing*, Kualitas Konten Dan Review Online E-Commerce Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Brand 3second Kabupaten Jember** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan dalam instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 12 Februari 2025



FAIZAL NURSAMSI
NIM. 2010411265

SKRIPSI

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, KUALITAS KONTEN DAN *REVIEW*
ONLINE E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND*
3SECOND KABUPATEN JEMBER**

FAIZAL NURSAMSI
2010411265

Pembimbing :
Dosen Pembimbing Utama : Drs. Akhmad Suharto M.P.

Dosen Pembimbing Pendamping : Ira Puspitadewi S. SE., MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh Influencer Marketing, Kualitas Konten Dan Review Online E-Commerce Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Brand 3second Kabupaten Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univeristas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 12 Februari 2025
Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univeristas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Ahmad Izzuddin, SE.,MM.
NPK. 1990100711605780

Anggota 1

Anggota 2

Drs. Akhmad Suharto, M.P
NPK. 1962120118906242

Ira Puspitadewi Samsuryaningrum, SE.,MM.
NPK. 1981072711703795

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi

Meheni Ika Sari, SE., MM
NIP. 197708112005012001

Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM.
NPK. 1972032710509477

PERSEMBAHAN

kesehatan, ilmu pengetahuan yang tiada batasan dan kasihnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Superhero dan panutanku ayahanda Supardi tercinta terima kasih atas doa, dukungan, semangat dan curahan kasih sayang yang tak terhingga sampai akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Pintu surgaku Ibunda tercinta Timah yang senantiasa memberikan dukungan baik moral maupun material, serta selalu memberikan do'a yang setiap hari untuk saya sampai pada hari ini saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi, kasih sayang yang tidak dapat terbalaskan semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan kepada beliau.
3. Teruntuk wanita tersayang saya Vanes yang telah melindungi, menasehati, memberikan doa, dukungan, semangat yang tidak didapatkan dimanapun, memberikan berbagai saran saat Penulis mengalami kesulitan dan membantu material untuk memenuhi keperluan saya, dan keperluan dalam menyelesaikan skripsi.
4. Teruntuk sahabat-sahabat saya. yang selalu membantu memberikan semangat dan menjadi teman untuk berdiskusi khususnya yang berada di grup kopi kelas manajemen A. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan dan ketulusan hati kalian dalam berteman dan mensupport saya.
5. Tak terkecuali untuk Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu memberikan yang terbaik untuk mahasiswanya. Terutama bapak Ahmad Izzuddin, SE.,MM. selaku dosen penguji dan bapak Drs. Akhmad Suharto, M.P dan Ibu Ira Puspitadewi Samsuryaningrum, SE.,MM. selaku dosen pembimbing. Terima kasih telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya serta memberikan bimbingan dan pelajaran agar saya menjadi lebih baik dalam proses penulisan tugas akhir saya.

MOTTO

“Sesungguhnya bencana terhadapmu bukan untuk menghancurkanmu melainkan sesungguhnya akan mengujimu, mengesahkan kesempurnaan imanmu dan menguatkan dasar kepercayaanmu dan memberikan kabar baik ke dalam batinmu.”

~Syekh Abdul Qadir al-Jailani~

Hidup bergerak sangat cepat. Jika kamu tidak berhenti dan melihat-lihat sesekali, kamu bisa melewatinya

-Faizal-



KATAR PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis memiliki kemampuan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul, “Pengaruh *Influencer Marketing*, Kualitas Konten Dan Review Online E-Commerce Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Brand 3second Kabupaten Jember” dengan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu wujud nyata untuk memenuhi impian yang menjadi kewajiban yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar Sarjana pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT berkat rahmat dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Hanafi, M. Pd., Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Maheni Ika Sari S. E., M. M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Kepala Program Studi Manajemen Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM dan Sekretaris Program Studi Manajemen Septy Holisa Umamy, SM., MM. yang telah membantu penyelesaian proses administrasi akademik.
5. Bapak Drs. Akhmad Suharto, M.P, selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan kesempatan telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
6. Ibu Ira Puspitadewi Samsuryaningrum, SE.,MM selaku dosen pembimbing pendamping kedua yang telah memberikan bimbingan dan motivasinya pada skripsi ini. Terima kasih banyak karena telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
7. Bapak Ahmad Izzuddin, SE.,MM selaku dosen penguji yang telah memberikan tanggapan, saran, arahan serta motivasinya pada skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah membekali ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama penulis menuntut ilmu.
9. Keluarga dan sahabat-sahabat saya yang telah memberikan doa dan dukungannya tanpa henti.
10. Teman-teman seperjuangan angkatan 2020 khususnya Manajemen kelas A, terimakasih atas dukungan kalian selama ini.

11. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Saya sebagai penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Skripsi yang penulis buat ini, semoga pembaca dapat memberikan kritikan dan saran sebagai bahan evaluasi bagi penulis. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak manapun terutama bagi para pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikumWarahmatullahiWabarakatuh

Jember, 12 Februari 2025
Yang menyatakan

FAIZAL NURSAMSI
NIM. 2010411265

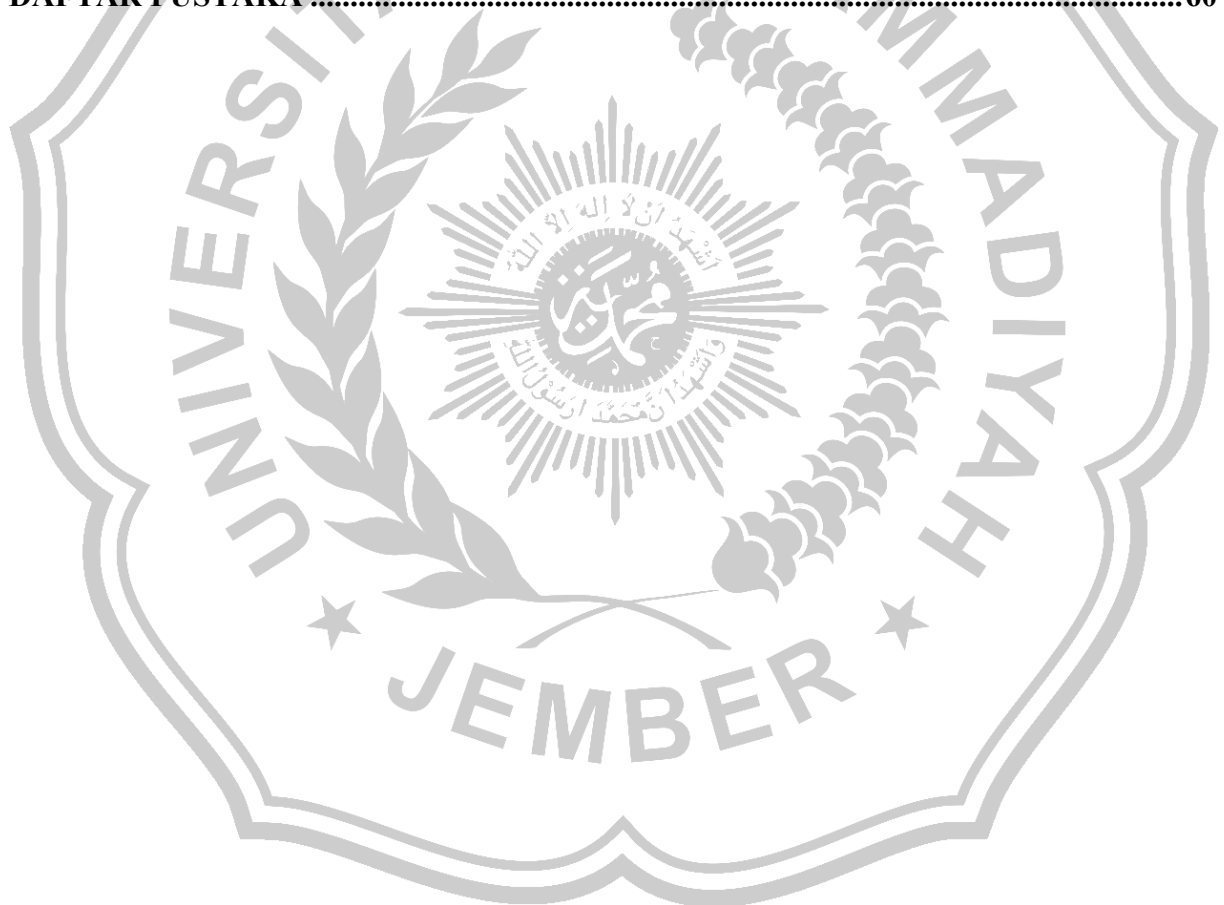


DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO.....	vi
Abstrak	vii
<i>Abstract</i>	viii
KATAR PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Perilaku Konsumen	9
2.1.2 Digital Marketing	10
1. Tujuan Penerapan Pemasaran digital.....	10
2. Manfaat Penerapan Pemasaran digital.....	10
3. Jenis-Jenis Pemasaran digital	11
4. Manfaat Pemasaran Digital	12
2.1.3 Keputusan Pembelian	12
1. Tahap Pengambilan Keputusan	13
2. Tipe-Tipe Pengambilan Keputusan	14
3. Indikator Keputusan Pembelian.....	15
2.1.4 Influencer Marketing	16
2.1.5 Konten Marketing	18
2.1.6 Review Online	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Konseptual	26
2.4 Hipotesis	27
2.9.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.9.2 Pengaruh Kualitas Konten Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.9.3 Pengaruh <i>Review Online</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.9.4 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> , Kualitas Konten, <i>Review Online</i> secara simultan terhadap keputusan pembelian Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Identifikasi Variabel	31

3.2	Definisi Operasional Variabel	31
3.2.1	<i>Influencer Marketing</i> (X1).....	31
3.2.2	Kualitas Konten (X2).....	32
3.2.3	<i>Review Online</i> (X3)	32
3.2.4	Keputusan Pembelian (Y).....	32
3.3	Desain Penelitian.....	33
3.4	Jenis Data	33
3.4.1	Data Primer.....	33
3.4.2	Data Sekunder.....	34
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	34
3.5.1	Populasi	34
3.5.2	Teknik Pengambilan Sampel	34
3.5.3	Sampel	35
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.7	Statistik Deskriptif.....	36
3.8	Teknik Analisis Data	36
3.7.1	Uji Instrumen Data	36
1.	Uji Validitas.....	36
2.	Uji Reliabilitas.....	37
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	37
1.	Uji Normalitas	38
2.	Uji Multikolinearitas.....	38
3.	Uji Heteroskedastisitas	38
3.7.4	Uji Hipotesis	39
1.	Uji t (Uji Parsial)	39
2.	Uji F (Uji Simultan).....	39
3.7.5	Koefisien Determinasi (R^2)	39
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.1.1	Sejarah Brand 3Second.....	40
4.1.1	Visi dan Misi 3Second.....	41
4.2	Gambaran Umum Responden..... Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
4.2.1	Responden Berdasarkan Usia	41
4.2.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.2.3	Responden Berdasarkan Latar Belakang Pekerjaan	42
4.2.4	Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Online.....	43
4.3	Analisis Indeks Jawaban Responden.....	43
4.3.1	Distribusi Jawaban Variabel <i>Influencer Marketing</i>	43
4.3.2	Distribusi Jawaban Variabel Kualitas Konten.....	44
4.3.3	Distribusi Jawaban Variabel <i>Review Online</i>	45
4.3.4	Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian.....	46
4.4	Hasil Uji Intrumen Data	46
4.4.1	Hasil Uji Validitas Data.....	47
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas Data.....	48
4.5	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
4.6	Hasil Uji Asumsi Klasik	49
4.5.1	Hasil Uji Normalitas	49

4.5.2	Hasil Uji Multikolenieritas	51
4.5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
4.7	Hasil Uji Hipotesis	52
4.7.1	Hasil Uji t (Parsial)	52
4.7.2	Hasil Uji f (Simultan)	53
4.8	Hasil Koefisien Determinasi (R²).....	53
4.9	Pembahasan	54
4.9.1	Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
4.9.2	Pengaruh Kualitas Konten Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
4.9.3	Pengaruh <i>Review Online</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.9.4	Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> , Kualitas Konten, <i>Review Online</i> secara simultan terhadap keputusan pembelian Terhadap Keputusan Pembelian	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		58
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		60

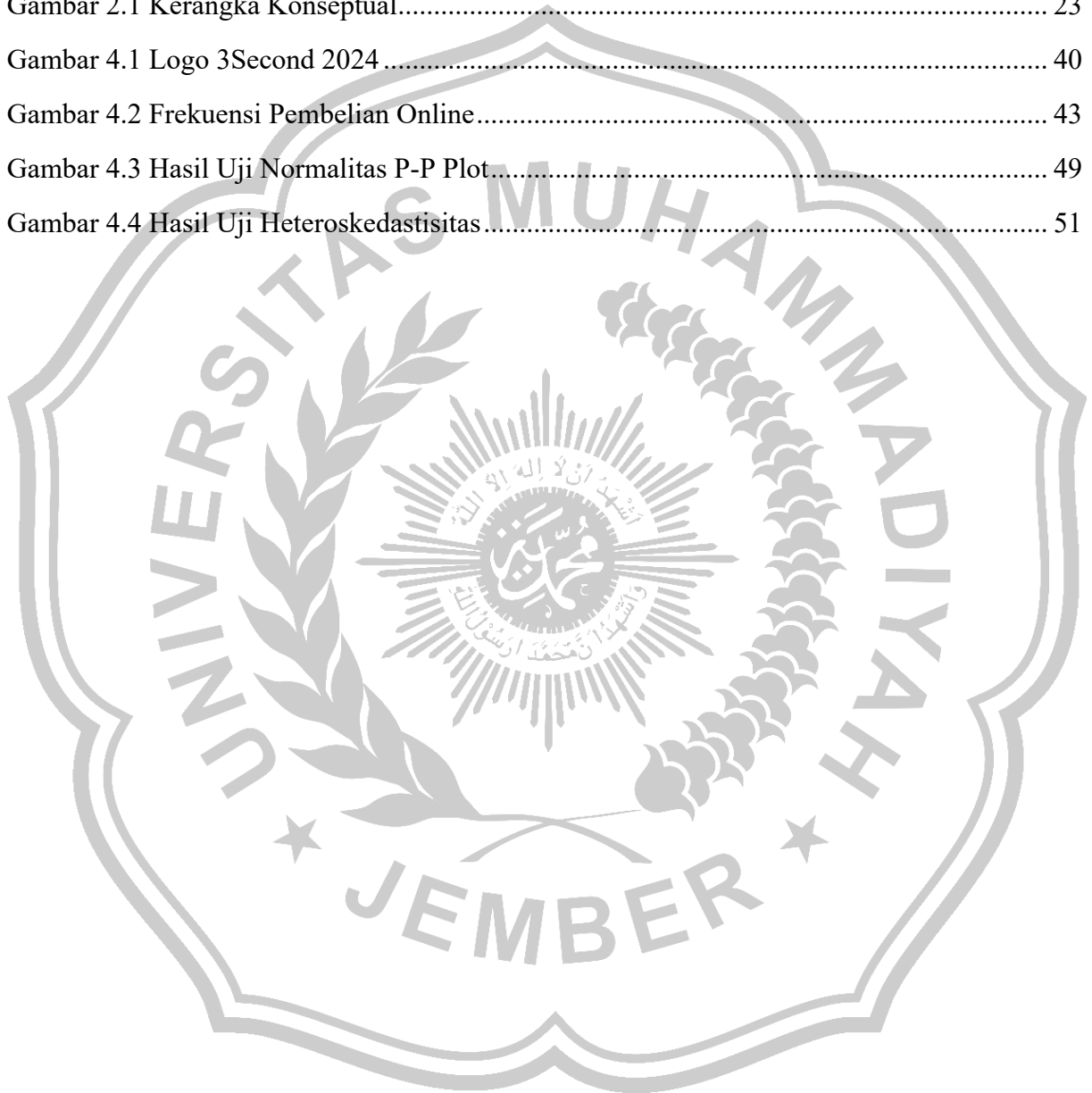


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Distro Indonesia	4
Tabel 1.2 Data Penjualan Brand 3Second Kabupaten Jember 2024	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Skala Likert	32
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	42
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Latar Belakang Pekerjaan.....	42
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Bersarkan Variabel <i>Influencer Marketing</i>	43
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Bersarkan Variabel Kualitas Konten	44
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Bersarkan Variabel <i>Review Online</i>	45
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Bersarkan Variabel Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Normalitas Kolmogorov-Smirnov</i>	50
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Multikolinieritas</i>	51
Tabel 4.13 Hasil Uji t (Parsial).....	52
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2024	2
Gambar 1.2 Data Peningkatan Pengguna Market Place E-commerce.....	2
Gambar 1.3 Grafik Penjualan Brand 3Second Kabupaten Jember 2024.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	23
Gambar 4.1 Logo 3Second 2024	40
Gambar 4.2 Frekuensi Pembelian Online.....	43
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas P-P Plot.....	49
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Pernyataan	64
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Kuesioner.....	68
Lampiran 3. Karakteristik Responden	70
Lampiran 4. Ditribusi Jawaban Variabel.....	71
Lampiran 5. Hasil Uji Instrumen.....	75
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik	78
Lampiran 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	79
Lampiran 8. Uji Hipotesis	79
Lampiran 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	80
Lampiran 10. R Tabel, T Tabel dan F Tabel	81
Lampiran 10. Dokumentasi	85
Lampiran 11. Surat Izin Penelitian.....	88

