

HALAMAN MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al – Baqarah: 286)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al – Insyirah: 5-6)

“The most important things is your support. We play for you, we try to make you proud. No body believes in us, but we believe, we believe”

– Jay Noah Idzes –



HALAMAN PERSEMBAHAN

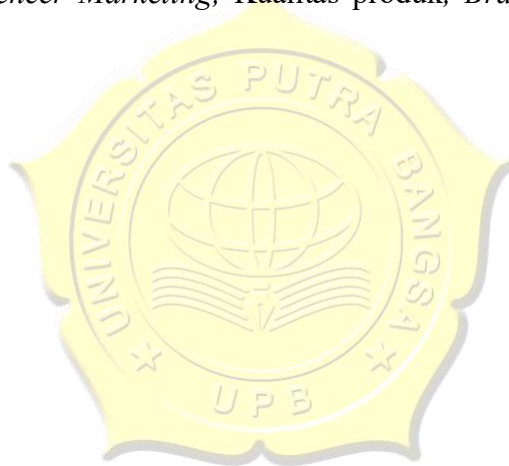
Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan keikhlasan, kekuatan dan kekuatan sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Penyusunan skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Untuk kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa, kasih sayang serta dukungan yang tiada henti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Untuk Ibu Dr. Prihartini Budi Astuti, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan support, saran, dan arahan dalam penyusunan skripsi.
3. Untuk kakak saya, Eka Meilda Puspitasari dan Heru Mustofa, serta adik saya, Nurul Oktafiani yang menjadi penyemangat dan panutan, serta tidak pernah lelah memberikan doa dan support di setiap langkah saya dalam menyelesaikan skripsi.
4. Untuk keponakan saya, Brian Pratama Mustofa yang telah membawa keceriaan dan semangat setiap hari, menjadi penghibur dan penguat.
5. Untuk seluruh teman kelas MJRA yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih sudah memberikan dukungan dan semangat dalam mengerjakan skripsi.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *influencer marketing*, kualitas produk, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sepatu *running* Nineten di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* berbentuk *purposive sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, dikumpulkan menggunakan kuesioner. Berdasarkan metode statistika dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, uji hipotesis, uji simultan dan koefisien determinasi dengan bantuan program *SPSS 25.0 for windows*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *influencer marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan secara simultan *influencer marketing*, kualitas produk, dan *brand image* bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Influencer Marketing*, Kualitas produk, *Brand Image*, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of influencer marketing, product quality, and brand image on the decision to purchase Nineten running shoes in Kebumen Regency. This study uses a quantitative method with a descriptive approach. The sampling technique used is nonprobability sampling in the form of purposive sampling. The number of respondents in this study was 100, collected using a questionnaire. Statistical methods were used to conduct validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear analysis, hypothesis tests, simultaneous tests, and determination coefficients with the assistance of SPSS 25.0 for Windows. The results of this study indicate that influencer marketing significantly influences purchasing decisions, product quality significantly influences purchasing decisions, brand image significantly influences purchasing decisions, and simultaneously, influencer marketing, product quality, and brand image together influence purchasing decisions.

Keywords : *Influencer Marketing, Product Quality, Brand Image, Purchasing Decisions*



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Influencer Marketing*, Kualitas Produk, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu *Running Nineten*” dengan kemudahan dan kelancaran. Tanpa pertolongan-Nya, penyusunan skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik dan benar. Semoga kita senantiasa berada dalam lindungan dan rahmat-Nya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S-1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini sebagai tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat selama menempuh kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi tidak lepas dari berbagai pihak yang telah memberikan dorongan dan bantuan dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi. Pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Prihartini Budi Astuti, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu penulis dan meluangkan banyak waktunya dalam memberikan arahan, kritik, dan saran sampai terselesaikannya skripsi ini.
2. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
3. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam proses penyusunan skripsi.
4. Teman seperjuangan MJRA atas dukungan, penyemangat dan motivasi.

5. Semua pihak yang telah membantu melancarkan dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 23 Juli 2025

Penulis,



Siti Nur Isnaeni
NIM 215504722



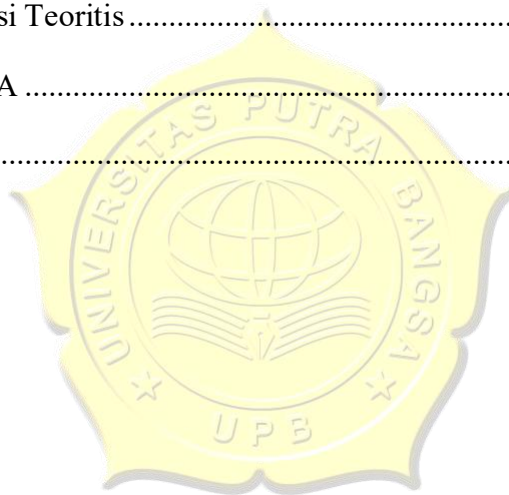
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	13
1.3. Batasan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian	16
1.5. Manfaat Penelitian	17
BAB II.....	18
KAJIAN PUSTAKA	18
2.1. Tinjauan Teori.....	18
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	18

2.1.2.	<i>Influencer Marketing</i>	22
2.1.3.	Kualitas Produk.....	24
2.1.4.	<i>Brand Image</i>	27
2.2.	Penelitian Terdahulu	31
2.3.	Hubungan Antar Variabel	41
2.3.1.	Hubungan <i>Influencer Marketing</i> dengan Keputusan Pembelian	41
2.3.2.	Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	42
2.3.3.	Hubungan <i>Brand Image</i> dengan Keputusan Pembelian.....	43
2.4.	Model Empiris.....	44
2.5.	Hipotesis.....	44
BAB III.....		46
METODE PENELITIAN.....		46
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian.....	46
3.1.1.	Objek Penelitian.....	46
3.1.2.	Subyek Penelitian.....	46
3.2.	Variabel Penelitian.....	46
3.2.1.	Variabel Terikat (<i>Dependent</i>)	46
3.2.2.	Variabel Bebas (<i>Independent</i>).....	46
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	47
3.3.1.	Keputusan Pembelian (Y)	47
3.3.2.	<i>Influencer Marketing</i> (X ₁).....	48
3.3.3.	Kualitas Produk (X ₂)	49
3.3.4.	<i>Brand Image</i> (X ₃).....	50
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	51
3.5.	Data dan Teknik Pengupulan Data.....	53

3.5.1. Jenis Data	53
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data	53
3.6. Populasi dan Sampel	54
3.6.1. Populasi	54
3.6.2. Sampel	55
3.7. Teknik Analisis	57
3.7.1. Analisis Deskriptif	57
3.7.2. Analisis Statistika	57
BAB IV	65
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	65
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	65
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	65
4.2. Analisis Deskriptif	66
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	68
4.3. Analisis Statistik	69
4.3.1. Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas	69
4.3.2. Uji Asumsi Klasik	73
4.3.3. Analisis Regresi Linear Berganda	77
4.3.4. Uji Hipotesis	80
4.4. Pembahasan	84
4.4.1. Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	84
4.4.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	86

4.4.3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	87
4.4.4. Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> , Kualitas Produk, dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	88
BAB V	89
SIMPULAN	89
5.1. Simpulan	89
5.2. Keterbatasan.....	90
5.3. Implikasi.....	91
5.3.1. Implikasi Praktis.....	91
5.3.2. Implikasi Teoritis	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	98



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Hasil Observasi Pengguna Sepatu <i>Running</i> di Kabupaten Kebumen	2
Tabel I-2 Hasil Observasi Tempat Pembelian Sepatu <i>Running</i>	3
Tabel I-3 Data Penjualan Sepatu <i>Running</i> di <i>Online Shop</i>	4
Tabel I-4 Faktor yang diduga mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Pengguna Sepatu <i>Running</i> Ninteen di Kabupaten Kebumen.....	7
Tabel II-1 Daftar Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian	48
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Influencer Marketing</i>	49
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Variabel Kualitas Produk	50
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Brand Image</i>	51
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	68
Tabel IV-5 Uji Validitas Variabel <i>Influencer Marketing</i>	70
Tabel IV-6 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	70
Tabel IV-7 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	71
Tabel IV-8 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	72
Tabel IV-9 Uji Reliabilitas.....	72
Tabel IV-10 Uji Multikolinearitas	74
Tabel IV-11 Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser)	75
Tabel IV-12 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	77
Tabel IV-13 Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
Tabel IV-14 Uji Parsial (Uji t)	81
Tabel IV-15 Hasil Pengaruh Variabel.....	82
Tabel IV-16 Uji Simultan (Uji F).....	83
Tabel IV-17 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Konsep Model Empiris.....	44
Gambar V-1 Uji Normalitas P-Plot.....	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I - Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran II – Data Responden.....	101
Lampiran III - Tabulasi Data Kuesioner.....	104
Lampiran IV - Uji Validitas.....	106
Lampiran V - Uji Reliabilitas.....	108
Lampiran VI - Uji Asumsi Klasik.....	109
Lampiran VII - Uji Regresi Linier Berganda.....	111
Lampiran VIII - Uji Hipotesis.....	112
Lampiran IX – Tabel r.....	112
Lampiran X – Tabel t.....	116
Lampiran XI – Tabel F.....	119
Lampiran XII – Kartu Seminar Proposal.....	122
Lampiran XIII – Kartu Konsultasi Skripsi.....	123

