

HALAMAN MOTTO

“Setiap tetes keringat orang tuaku adalah ribuan langkahku untuk terus maju”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kerendahan hati dan kesabaran yang luar biasa.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai bantuan pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Cinta pertama dan pintu surga, Ayah dan Ibuku. Gelar sarjana ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta, terima kasih atas segala doa dan dukungan yang tidak pernah putus. Memberikan cinta, kasih sayang dan pengorbanan yang mengiringi setiap langkah untuk menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih sudah berjuang untukku, membesarkan dan mendidikku sampai mendapat gelar sarjanaku. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan menjaga kalian sampai melihatku berhasil. Hiduplah lebih lama.
2. Kakak dan adik perempuanku tercinta. Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terima kasih atas semangat, motivasi dan doa yang selalu kalian berikan kepada penulis.
3. Sahabat tercinta, Zulfi Hanifatus Solihah. Terima kasih sudah menjadi teman, sahabat, dan saudara yang selalu membantu, membersamai dalam perjuangan dan dukungan penuh dalam penyelesaian pendidikan ini. Semoga sama sama dilancarkan sampai akhir perjuangan.

4. Kepada Bapak Dr. Sulis Riptiono, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan arahan, kritik, dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada teman seperjuangan terima kasih atas dukungan dan motivasi selama masa perkuliahan. See u on top.
6. Last but not least, untuk diri saya sendiri. Dita April Liya, terima kasih sudah bertahan dan berjuang sampai saat ini atas banyaknya harapan dan impian yang harus diwujudkan. Apapun kurang lebihmu, mari merayakan sendiri.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *influencer credibility* terhadap *purchase intention* dengan *trustworthiness* dan *attitude toward the influencer* sebagai variabel mediasi pada serum hanasui. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *influencer credibility* terhadap *purchase intention* baik secara langsung maupun tidak langsung. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 100 responden. Instrumen atau alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dan statistik dengan bantuan program spss 22 for windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji validitas dan reliabilitas semua variabel dinyatakan valid dan reliabel. Berdasarkan hasil hipotesis pertama menunjukkan bahwa *influencer credibility* berpengaruh signifikan terhadap *trustworthiness*. Hipotesis kedua menunjukkan bahwa *influencer credibility* berpengaruh signifikan terhadap *attitude toward the influencer*. Hipotesis ketiga menunjukkan bahwa *influencer credibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. Hipotesis keempat menunjukkan bahwa *trustworthiness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. Hipotesis kelima menunjukkan bahwa *attitude toward the influencer* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. Hipotesis keenam menunjukkan bahwa *influencer credibility* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* melalui *trustworthiness*. Hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa *influencer credibility* berpengaruh terhadap *purchase intention* melalui *attitude toward the influencer*.

Kata kunci: *influencer credibility, trustworthiness, attitude toward the influencer, purchase intention.*

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of influencer credibility on purchase intention with trustworthiness and attitude toward the influencer as a mediation variable in serum hanasui. The purpose of this research is to find out how much influenced the credibility influencer on purchase intention both directly and indirectly. This research uses the purposive sampling method with a sample of 100 respondents. The instrument or data collection tool in this study was to use a questionnaire. Data analysis techniques used in this research are descriptive and statistical analysis techniques with the help of SPSS 22 for Windows programs. The results of this research indicate that based on the validity and reliability tests of all variables are declared valid and reliable. Based on the results of the first hypothesis shows that influencer credibility has a significant effect on trustworthiness. The second hypothesis shows that influencer credibility has a significant effect on the attitude of toward the influencer. The third hypothesis shows that influencer credibility has no significant effect on purchase intention. The fourth hypothesis shows that trustworthiness does not have a significant effect on purchase intention. The fifth hypothesis shows that the attitude toward the influencer has a significant effect on purchase intention. The sixth hypothesis shows that influencer credibility has a significant effect on purchase intention through trustworthiness. The seventh hypothesis shows that influencer credibility affects Purchase intention through Attitude Toward the Influencer.

Keywords: *influencer credibility, trustworthiness, attitude toward the influencer, purchase intention .*

KATA PENGANTAR

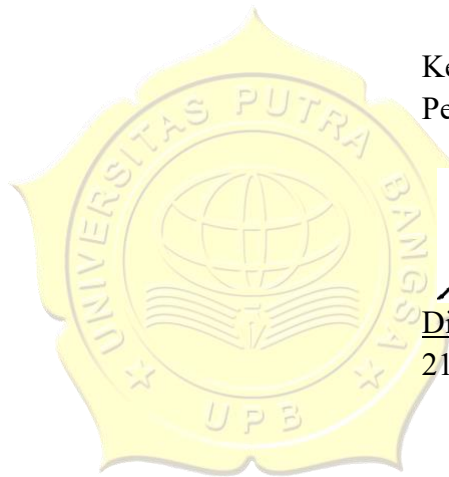
Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunianya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Inflencer Credibility Terhadap Purchase Intention dengan Trustworthiness Dan Attitude Toward The Inflencer Sebagai Variabel Mediasi Pada Serum Hanasui”.

Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai pemenuhan kewajiban menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Srata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Kelancaran penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan, serta doa yang senantiasa mengantarkan penulis hingga dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sulis Riptiono, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, kritik dan saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Semua dosen dan civitas akademika Universitas Putra bangsa yang telah memberikan ilmu, wawasan, arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada teman seperjuangan atas dukungan serta motivasi untuk terus semangat dalam menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki, maka dari itu tidak lepas adanya saran dan masukan yang membangun yang dapat memperbaiki skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk penulis sendiri dan bagi pembaca pada umumnya.



Kebumen, 19 Mei 2025

Penulis

Dita April Liya

215504447

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
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1. Tinjauan Teori.....	14
2.1.1. <i>Purchase Intention</i>	14
2.1.2. <i>Trustworthiness</i>	17
2.1.3. <i>Attitude Toward The Influencer</i>	19
2.1.4. <i>Influencer Credibility</i>	25
2.2. Penelitian Terdahulu.....	27
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	33
2.4. Model Empiris.....	39

2.5.	Hipotesis.....	40
BAB III	METODE PENELITIAN	42
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	42
3.2.	Variabel Penelitian	42
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	43
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	48
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6.	Populasi dan Sampel	52
3.7.	Teknik Analisis	54
3.8.	Alat Analisis Data	55
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	67
4.1.	Analisis Deskriptif	67
4.2.	Analisis Statistik	70
4.1.	Pembahasan.....	97
BAB V	SIMPULAN.....	104
5.1.	Simpulan	104
5.2.	Keterbatasan.....	106
5.3.	Implikasi.....	106
5.3.1	Implikasi Praktis	107
5.3.2	Implikasi Teoritis	110
DAFTAR PUSTAKA		116
LAMPIRAN.....		116

DAFTAR TABEL

Tabel I – 1	Top Brand Serum di Tiktok.....	4
Tabel I – 2	Hasil Observasi Pada Masyarakat di Kabupaten Kebumen Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Serum Hanasui.....	5
Tabel II – 1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel III – 1	Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Purchase Intention</i> .	45
Tabel III – 2	Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Influencer Credibility</i>	46
Tabel III – 3	Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Trustworthiness</i>	47
Tabel III – 4	Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Attitude Toward The Influencer</i>	48
Tabel IV – 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel IV – 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
Tabel IV – 3	Uji Validitas <i>Influencer Credibility</i>	71
Tabel IV – 4	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Trustworthiness</i>	71
Tabel IV – 5	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Attitude Toward The Influencer</i>	72
Tabel IV – 6	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Purchase Intention</i>	73
Tabel IV – 7	Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel IV – 8	Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural III.....	74
Tabel IV – 9	Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural I.....	80
Tabel IV – 10	Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural II.....	80
Tabel IV – 11	Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural III	81
Tabel IV – 12	Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural I	83
Tabel IV – 13	Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural II	83
Tabel IV – 14	Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural III	84
Tabel IV – 15	Hasil Uji Koefisien Substruktural I	86
Tabel IV – 16	Hasil Uji Koefisien Substruktural II.....	87
Tabel IV – 17	Hasil Uji Koefisien Substruktural III	88
Tabel IV – 18	Hasil Uji Sobel Substruktural I.....	96
Tabel IV – 19	Hasil Uji Sobel Substruktural II	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar II – 1	Kerangka Teoritis.....	40
Gambar IV – 1	Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural III.....	75
Gambar IV – 2	Hasil Uji Normalitas Substruktural I	76
Gambar IV – 3	Hasil Uji Normalitas Substruktural II	77
Gambar IV – 4	Hasil Uji Normalitas Substruktural III.....	78
Gambar IV – 5	Diagram Jalur	94



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Kuisioner Penelitian	116
Lampiran 2 – Data Responden	120
Lampiran 3 – Lampiran Tabulasi Data	123
Lampiran 4 – Hasil Uji Validitas	130
Lampiran 5 – Hasil Uji Reliabilitas	134
Lampiran 6 – Uji Multikolinearitas	135
Lampiran 7 – Uji Heteroskedastisitas	136
Lampiran 8 – Uji Normalitas	137
Lampiran 9 – Hasil Uji Hipotesis	139
Lampiran 10 – Hasil Analisis Jalur	141
Lampiran 11 – Tabel Distribusi r	143
Lampiran 12 – Tabel Distribusi t	146

