



**PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN BRAND  
AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
STREET BOBA**

**SKRIPSI**

**KELVIN YOHANES 1710111270**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2021**



**PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN BRAND  
AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
STREET BOBA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**KELVIN YOHANES 1710111270**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2021**

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhammad Miftahul Fathurrahman

NIM : 1710111234

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan persyaratan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Bekasi, 02 Juli 2021

Yang menyatakan,



Muhammad Miftahul Fathurrahman

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Miftahul Fathurrahman

NIM : 1710111234

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyutujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas skripsinya yang berjudul :

### **PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BITTERSWEET BY NAJLA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengakihmedia / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 02 Juli 2021



Muhammad Miftahul Fathurrahman

# **SKRIPSI**

## **PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STREET BOBA**

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**KELVIN YOHANES 1710111270**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 12 Juli 2021  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Diana TW, SE, MM**  
Ketua Penguji



**(Drs.Nobelson, MM)**  
Penguji I



**Suharyati, SE, MM**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Dianwicaksih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS**  
Dekan



**Wahyudi, SE., ME**  
Ketua Program Studi

Disahkan : Jakarta  
Pada Tanggal : 12 Juli 2021

***The Influence of Influencer Marketing and Brand Awareness on Street Boba Purchase Decisions***

**By Kelvin Yohanes**

***Abstract***

*This research is using a descriptive quantitative study that aims to see and analyze the influence of Influencer Marketing and Brand Awareness on Street Boba Purchase Decisions. The sample selection technique in this study used a non-probability sampling technique so that the entire population was used as a sample using the Lemeshow calculation formula and obtained a sample of 100 respondents. Smart PLS 3.0 Software and Microsoft Office Excel software are used on the Hypothesis testing. The results obtained from the examiners are (1) There is a significant effect of Influencer Marketing on Purchase Decisions, (2) There is a significant effect of Brand Awareness on Purchase Decisions.*

***Keywords:*** *Influencer marketing, Brand Awareness, Purchase Decisions, Street Boba*

# **Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Street Boba**

**Oleh Kelvin Yohanes**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang digunakan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh influencer marketing dan brand awareness terhadap keputusan pembelian Street Boba. Penelitian ini menggunakan sampel pelanggan Street Boba di Jakarta Selatan. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*, sehingga rumus perhitungan Lemeshow digunakan dengan menggunakan seluruh populasi sebagai sampel dan diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Uji hipotesis yang digunakan adalah dengan menggunakan software SmartPLS 3.0 dan Microsoft Office Excel. Hasil yang diperoleh dari pengujian adalah (1) *Influencer Marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (2) *Brand Awareness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** *Influencer Marketing, Brand Awareness, Keputusan Pembelian, Street Boba.*



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
Jalan RS. Fatmawati No.1 Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telp. 021-7656971, Fax.021-7656904  
Website : <http://www.feb.upnvj.ac.id>, Email: [febupnvj@upnvj.ac.id](mailto:febupnvj@upnvj.ac.id)  
Website : <http://www.feb.upnvj.ac.id>, Email: [febupnvj@upnvj.ac.id](mailto:febupnvj@upnvj.ac.id)

## **BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI** **SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2020/2021**

Hari ini Senin, 12 Juli 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Kelvin Yohanes

Nomor Induk Mahasiswa : 1710111270

Program : Manajemen Program Sarjana

Dengan judul skripsi sebagai berikut:

**Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Street Boba**

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / Tidak Lulus \***)

### **Tim Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana TW, SE, MM	Ketua Penguji	 1.
2	Drs. Nobelson, MM	Penguji I	 2.
3	Suharyati, SE, MM	Penguji II **)	 3.

#### **Keterangan :**

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 16 Juli 2021

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kepala Program Studi Manajemen  
Program Sarjana



Wahyudi, SE, ME

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus dengan segala berkat dan kasihnya sehingga hasil skripsi ini telah berhasil diselesaikan dengan judul **“Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Street Boba”** sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Studi Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen UPN Veteran Jakarta.

Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini kepada Ibu Suharyati, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Ediwarman, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II. Disamping itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada papa yang telah terlebih dahulu menghadap tuhan dan mama yang selalu mendukung, kakak dan abang serta seluruh keluarga yang selalu memberikan doa dan mendukung penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada teman-teman yang telah mendukung saya antara lain Kevin Navilio, Miftahul Fathurahman, Saskia Regita, Alyssa Suy, dan Riksa Fauzi Syahmi yang telah sabar mendengarkan segala keluh kesah penulis dan membantu dalam proses penulisan penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi semua pihak di masa yang akan datang..

Jakarta, 01 Juli 2021

Kelvin Yohanes

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b><i>Abstract</i> .....</b>	<b>vi</b>
<b>Abstrak .....</b>	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>viii</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
I.1            Latar Belakang .....	1
I.2            Rumusan Masalah .....	5
I.3            Tujuan Penelitian.....	5
I.4            Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
II.1          Landasan Teori.....	7
II.1.1        Pemasaran.....	7
II.1.2 <i>Digital Marketing</i> .....	7
II.1.3        Perilaku Konsumen .....	9
II.1.4        Promosi.....	10
II.1.5        Keputusan Pembelian .....	11
II.1.6 <i>Influencer Marketing</i> .....	13
II.1.7 <i>Brand Awareness</i> .....	15
II.1.8 <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
II.1.9 <i>Brand Awreness</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	17
II.2          Penelitian Terdahulu .....	17
II.3          Model Penelitian Empiris.....	21

II.4	Hipotesis.....	22
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	23
III.1.1	Definisi Operasional.....	23
III.1.2	Pengukuran Variabel.....	23
III.2	Populasi dan Sampel .....	24
III.2.1	Populasi .....	24
III.2.2	Sampel.....	24
III.3	Teknik Pengumpulan Data .....	25
III.3.1	Jenis Data .....	25
III.3.2	Sumber Data .....	25
III.3.3	Pengumpulan Data .....	26
III.4	Teknik Analisis Data.....	27
III.4.1	Analisis Deskriptif.....	27
III.4.2	Analisis Inferensial.....	28
III.4.3	Uji Hipotesis.....	32
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	34
IV.1.1	Sejarah Street Boba .....	34
IV.2	Deskripsi Data Penelitian .....	35
IV.3	Analisis Data Deskriptif .....	37
IV.3.1	Analisis Inferensial.....	40
IV.3.2	Uji Hipotesis.....	45
IV.4	Pembahasan .....	48
IV.4.1	Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	48
IV.4.2	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	49
IV.5	Keterbatasan Penelitian .....	50
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>51</b>
V.1	Simpulan.....	51
V.2	Saran.....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data TBI Bubble Tea 2020 .....	4
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya .....	20
Table 3. Pengukuran Variabel.....	23
Tabel 4. Skala <i>Likert</i> .....	26
Tabel 5. Kisi – Kisi Instrumen Kuesioner.....	26
Tabel 6. Interpretasi Nilai.....	27
Tabel 7. Frekuensi Usia.....	35
Tabel 8. Frekuensi Jenis Kelamin .....	35
Tabel 9. Frekuensi Pekerjaan .....	35
Tabel 10. Frekuensi Pendapatan Perbulan .....	36
Tabel 11. Frekuensi Pembelian Street Boba .....	36
Tabel 12. Interpretasi Nilai Indeks Responden .....	36
Tabel 13. Hasil Jawaban Responden terhadap Variabel Keputuan Pembelian....	37
Tabel 14. Hasil Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Influencer Marketing</i> ....	38
Tabel 15. Hasil Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	39
Tabel 16. Nilai Outer Loadings.....	42
Tabel 17. Nilai Outer Loading (Reestimasi ke-1).....	43
Tabel 18. Nilai <i>Fornell-Lacker Criterium</i> .....	44
Tabel 19. Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	44
Tabel 20. Nilai <i>Composite Reliability</i> .....	45
Tabel 21. Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> .....	45
Tabel 22. Hasil Uji T-Statistik .....	46
Tabel 23. Nilai <i>R Square</i> dan <i>R Square Adjusted</i> .....	47
Tabel 24. Nilai <i>Q Square</i> .....	48

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Data Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar 2. Data Konsumsi Boba di Asia Tenggara .....	2
Gambar 3. Model Penelitian .....	22
Gambar 4. Langkah-Langkah SmartPLS .....	28
Gambar 5. Diagram Jalur .....	29
Gambar 6. <i>Outer Model</i> .....	29
Gambar 7. <i>Inner Model</i> .....	30
Gambar 8. <i>Outer Model</i> .....	40
Gambar 9. <i>Outer Model</i> (Reestimasi ke-1) .....	41
Gambar 10. <i>Inner Model</i> .....	47

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 3. Hasil *Output SmartPLS*
- Lampiran 4. Hasil Turnitin