



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* KARIN
NOVILDA DALAM MENGULAS SUATU PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Survei Pada *Followers* Instagram @narinkovilda)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi (S. I. Kom)

RIBKA DEBORA TRINITA

213516516488

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

FEBRUARI 2025



UNIVERSITAS NASIONAL

**THE EFFECT OF KARIN NOVILDA'S *INFLUENCER*
CREDIBILITY IN *REVIEWING* A PRODUCT ON
PURCHASING DECISIONS
(Survey On Instagram *Followers @narinkovilda*)**

THESIS

**Submitted as one of requirements for obtaining a Bachelor of
Communication Science (S. I. Kom)**

RIBKA DEBORA TRINITA

213516516488

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE**

JAKARTA

FEBRUARI 2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Ribka Debora Trinita

NPM : 213516516488

Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas Influencer Karin Novilda Dalam Mengulas Suatu Produk Terhadap Keputusan Pembelian
(Survei Pada Followers Instagram @narinkovilda)

Menyatakan dengan benar bahwa Skripsi ini merupakan penelitian dan karya tulis saya sendiri, yang disusun untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S.lkom) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Apabila dikemudian hari ditemukan bukti-bukti bahwa skripsi tersebut merupakan hasil plagiat, atau tidak di susun melalui prosedur yang telah ditentukan atau tidak memenuhi ketentuan yang ditetapkan dalam berita acara Skripsi, maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan atas skripsi tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 7 Februari 2025

Yang membuat Pernyataan



Ribka Debora Trinita

213516516488

HALAMAN PENGESAHAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK

FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ribka Debora Trinita

NPM : 213516516488

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Judul Proposal Skripsi : Pengaruh Kredibilitas Influencer Karin Novilda Dalam Mengulas Suatu Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Followers Instagram @Narinkovilda)

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

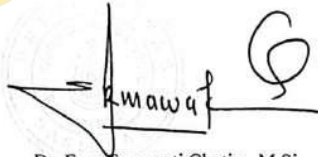
Jakarta, 14 Maret 2025

Dosen Pembimbing



Prof Dr. Sri Desti Purwatarningsih, M.Si

Dekan



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	: Ribka Debora
NPM	: 213516516488
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	: Public Relations
Judul Proposal Skripsi	: Pengaruh Kredibilitas Influencer Karin Novilda Dalam Mengulas Suatu Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Diajukan Untuk	: Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
<u>Disetujui untuk diujikan</u>	
Jakarta, Februari 2025	
Dosen Pembimbing	Ketua Prodi Ilmu Komunikasi
 Dr. Sri Desti Purwatiingsih, M.Si	 Djudjur Luciana R., S.Sos., M.Si

UNIVERSITAS NASIONAL

HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ribka Debora

NPM : 213516516488

Program Studi : Ilmu Komunikasi / Public Relations

Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas Influencer Karin Novilda Dalam Mengulas Suatu Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada followers Instagram @narinkovilda)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana 19 Februari 2025 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

1. Ketua Sidang : Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si
2. Pembimbing : Prof. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si
3. Penguji I : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si
4. Penguji II : Prof. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 26 Februari 2025

UNIVERSITAS NASIONAL

HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ribka Debora Trinita
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516488
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsetrasi : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas Influencer Karin Novilda dalam Mengulas Suatu Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Followers Instagram @narinkovilda)
Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 26 Februari 2025, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, Maret 2025

Ketua Sidang : Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si.,

Penguji I : Yayu Sriwartini S.Sos., M.Si.,

Penguji II : Prof. Dr Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.,

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kasih karunia dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Kredibilitas Influencer Karin Novilda dalam Mengulas Suatu Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Followers Instagram @narinkovilda)”* ini dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Perjalanan dalam menyelesaikan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dukungan, doa, dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, izinkan saya menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas kasih setia dan penyertaan yang tiada henti dalam setiap langkah saya. Di tengah segala keterbatasan dan tantangan yang saya hadapi, Tuhan selalu memberikan kekuatan, hikmat, dan ketenangan hati untuk terus maju dan membuat saya mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Tuhan adalah sumber kekuatan terbesar saya, dan segala kemuliaan hanya bagi-Nya.
2. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
3. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si., selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Dr. Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P., selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
6. Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
8. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang

sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran dan perhatian yang diberikan kepada saya selama proses bimbingan.

9. Keluarga tercinta, terutama mama dan papa, yang selalu memberikan dukungan moral, material, serta doa yang tiada henti. Terima kasih atas pengorbanan, kesabaran, dan kepercayaan yang telah diberikan kepada saya selama ini. Kalian adalah sumber inspirasi dan motivasi terbesar saya untuk menyelesaikan studi ini.
10. Kakak-kakak tersayang, Kak Tasya dan Kak Miranda, yang selalu ada untuk mendukung dan memotivasi saya. Terima kasih atas segala bentuk perhatian dan semangat yang telah diberikan kepada saya baik secara materi dan non materi.
11. Teman-teman terdekat saya, Sondang, Rurry, Anna, dan Rahma, yang telah menemani perjalanan ini dengan tawa, dukungan, dan kebersamaan tiada habisnya. Terima kasih atas waktu dan tenaga yang kalian luangkan untuk berbagi pengalaman, dan mendukung saya melewati masa-masa penuh tekanan selama penyusunan skripsi ini. Setiap momen bersama kalian adalah kenangan berharga yang akan selalu saya ingat selama masa perkuliahan ini. Janji ya sukses bersama?
12. Semua responden yang telah berkenan mengisi kuesioner dan memberikan wawasan yang mendalam mengenai topik penelitian saya. Setiap jawaban yang diberikan sangat berarti dan tanpa bantuan dan keterlibatan aktif dari responden, penelitian ini tidak akan dapat mencapai tujuannya.
13. Tak lupa, saya ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri, yang telah berjuang melalui berbagai tantangan. Saya belajar bahwa proses ini adalah perjalanan yang mengajarkan tentang kesabaran, ketekunan, dan kerja keras yang tidak mengenal kata menyerah. Saya berterima kasih kepada diri saya atas usaha yang telah dilakukan untuk mencapai titik ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Semoga Tuhan membalas segala kebaikan yang telah kalian berikan kepada penulis. Terlepas adanya kekurangan, penulis

berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca, serta menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

Jakarta, 6 Februari 2025

Ribka Debora Trinita



ABSTRAK

Nama: Ribka Debora Trinita

NPM: 213516516488

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Judul: Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Karin Novilda Dalam Mengulas Suatu Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada *followers* instagram @narinkovilda)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kredibilitas *influencer* Karin Novilda dalam mengulas suatu produk di Instagram @narinkovilda terhadap keputusan pembelian pengikutnya. Menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif, data dikumpulkan melalui survei terhadap 100 responden yang merupakan *followers* aktif akun tersebut. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana, uji korelasi Pearson, uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas Karin Novilda sebagai *influencer* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan kontribusi sebesar 72,5%. Temuan ini membuktikan teori Kredibilitas Sumber (Source Credibility Theory) yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelley (1953), yang menyatakan bahwa efektivitas komunikasi dipengaruhi oleh kredibilitas sumbernya. Kredibilitas Karin Novilda diukur melalui dimensi *trustworthiness* (kepercayaan), *expertise* (keahlian), dan *attractiveness* (daya tarik), yang berperan dalam menarik perhatian, meningkatkan minat, membentuk keinginan, dan mendorong tindakan pembelian berdasarkan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) dari Kotler & Keller (2016). Dengan demikian, penelitian ini mengonfirmasi bahwa kredibilitas *influencer* dapat menjadi faktor utama dalam membentuk keputusan pembelian konsumen di era digital.

Kata kunci: kredibilitas *influencer*, keputusan pembelian, media sosial, Karin Novilda

ABSTRACT

Nama: Ribka Debora Trinita

NPM: 213516516488

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Judul: Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Karin Novilda Dalam Mengulas Suatu Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada *followers* instagram @narinkovilda)

This study aims to determine the extent of the influence of *influencer* Karin Novilda's credibility in reviewing a product on Instagram @narinkovilda on her *followers'* purchasing decisions. Using an explanatory quantitative approach, data was collected through a survey of 100 respondents who are active *followers* of the account. Data analysis was conducted using simple linear regression, Pearson correlation test, F test, and t test. The results show that Karin Novilda's credibility as an *influencer* has a significant impact on purchasing decisions, contributing 72.5%. These findings support the Source Credibility Theory proposed by Hovland, Janis, and Kelley (1953), which states that communication effectiveness is influenced by the credibility of the source. Karin Novilda's credibility is measured through the dimensions of trustworthiness (reliability), expertise (competence), and attractiveness (appeal), which play a role in attracting attention, increasing interest, shaping desire, and driving purchasing actions based on the AIDA model (*Attention, Interest, Desire, Action*) by Kotler & Keller (2016). Thus, this study confirms that *influencer* credibility can be a key factor in shaping consumer purchasing decisions in the digital era.

Keywords: *influencer* credibility, purchasing decision, social media, Karin Novilda

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xvi
LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Research Gap Penelitian	17
2.3 <i>State of The Art</i>	19
2.4 Landasan Teori	20
2.4.1 Teori Kredibilitas Sumber (<i>Source Of Credibility Theory</i>)	20
2.5 Landasan Konseptual	21
2.5.1 Media Baru	21

2.5.2 Media Sosial	21
2.5.3 Kredibilitas <i>Influencer</i>	24
2.5.4 Mengulas Produk (<i>Product Review</i>)	27
2.5.5 Keputusan Pembelian	28
2.6 Hipotesis Penelitian	30
2.7 Kerangka Berpikir	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Pendekatan Penelitian	32
3.3 Jenis Penelitian	33
3.4 Metode Penelitian	34
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	34
3.5.1 Populasi	34
3.5.2 Sampel	36
3.5.3 Teknik Sampling	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6.1 Data Primer	39
3.6.2 Data Sekunder	39
3.7 Definisi Operasional Variabel	40
3.7.1 Penetapan Variabel X dan Variabel Y	40
3.7.2 Operasional Variabel	45
3.7.3 Skala Pengukuran	46

3.7.4 Uji Validitas.....	47
3.7.5 Uji Reliabilitas	51
3.8 Teknik Analisis Data	54
3.8.1 Regresi Linier Sederhana.....	54
3.8.2 Uji Korelasi Pearson	55
3.8.3 Uji Hipotesis (Uji T).....	55
3.8.4 Uji Statistik F	56
3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	56
3.9 Perencanaan Jadwal Penelitian	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Gambar Profil Responden	59
4.1.1 Tabel Profil Responden	59
4.1.1.2 Tabel Silang Responden	61
4.2 Gambar Data Deskriptif Variabel X Perdimensi.....	62
4.2.1 Gambar Data Deskriptif Dimensi Kejujuran	62
4.2.2 Gambar Data Deskriptif Dimensi Keahlian.....	65
4.2.3 Gambar Data Deskriptif Dimensi Daya Tarik	68
4.3 Gambaran Data Deskriptif Variabel Y Per Dimensi	70
4.3.1 Dimensi Gambar Data Deskriptif Dimensi Perhatian (<i>Attention</i>)	70
4.3.2 Dimensi Gambar Data Deskriptif Dimensi Minat (<i>Interest</i>)	73
4.3.3 Dimensi Gambar Data Deskriptif Dimensi Ketertarikan (<i>Desire</i>)	76

4.3.4 Dimensi Gambar Data Deskriptif Dimensi Tindakan (<i>Action</i>)	79
4.4 Rekapitulasi Variabel X dan Y	81
4.4.1 Variabel Kredibilitas <i>Influencer</i> (X).....	82
4.4.2 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	83
4.5 Uji Korelasi Pearson.....	83
4.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	84
4.6.1 Uji Koefisien Determinasi Dimensi Variabel X Kepercayaan (<i>Trustworthiness</i>).....	85
4.6.2 Uji Koefisien Determinasi Dimensi Variabel X Keahlian (<i>Expertise</i>).....	86
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi Dimensi Variabel X Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>).....	86
4.7 Uji Statistik F.....	87
4.8 Uji Statistik T	88
4.9 Uji Regresi Linear	89
5.0 Pembahasan	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	46
Tabel 3. 2 Skala Likert	47
Tabel 3. 3 Uji Validitas (X) Kredibilitas <i>Influencer</i>	49
Tabel 3. 4 Uji Validitas (Y) Keputusan Pembelian	50
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas X (Kredibilitas <i>Influencer</i>).....	53
Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas Y (Keputusan Pembelian)	53
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	60
Tabel 4. 2 Usia.....	61
Tabel 4. 3 Tabel Silang Jenis Kelamin Responden	61
Tabel 4. 4 Saya merasa Karin Novilda jujur dalam menyampaikan	62
Tabel 4. 5 Ulasan yang diberikan oleh Karin Novilda	63
Tabel 4. 6 Saya yakin bahwa Karin Novilda adalah <i>influencer</i> yang dapat dipercaya dalam memberikan ulasan produk.....	63
Tabel 4. 7 Saya merasa bahwa ulasan produk yang disampaikan oleh Karin Novilda dapat diandalkan.....	64
Tabel 4. 8 Karin Novilda memiliki pengetahuan yang cukup tentang	65
Tabel 4. 9 Saya percaya bahwa pengalaman Karin Novilda dalam	65
Tabel 4. 10 Karin Novilda memberikan informasi produk	66
Tabel 4. 11 Karin Novilda diakui sebagai sosok yang kompeten dalam mengevaluasi kualitas suatu produk.	67
Tabel 4. 12 Karin Novilda memiliki penampilan yang menarik di media sosialnya	68
Tabel 4. 13 Saya merasa bahwa gaya komunikasi Karin Novilda	68
Tabel 4. 14 Visual yang dimiliki Karin Novilda meningkatkan ketertarikan saya terhadap produk yang ia promosikan.	69
Tabel 4. 15 Karin Novilda mampu menciptakan identitas visual yang kuat di media sosial.....	70

Tabel 4. 16 Pesan yang disampaikan Karin Novilda dalam ulasan produk	70
Tabel 4. 17 Saya sering melihat ulasan produk dari Karin Novilda.....	71
Tabel 4. 18 Cara penyajian visual dalam ulasan produk oleh Karin Novilda berhasil menarik perhatian saya	72
Tabel 4. 19 Konsistensi Karin Novilda dalam mengulas produk membuat perhatian saya tertuju pada produk tersebut dan lebih mudah untuk	72
Tabel 4. 20 Ulasan dari Karin Novilda meningkatkan rasa ingin tahu saya terhadap suatu produk.	73
Tabel 4. 21 Konten yang disampaikan oleh Karin Novilda melalui Instagram. ...	74
Tabel 4. 22 Saya memiliki persepsi positif terhadap produk setelah melihat	74
Tabel 4. 23 Ulasan Karin Novilda membuat saya tertarik untuk mencari	75
Tabel 4. 24 Ulasan produk yang diberikan oleh Karin Novilda membantu saya..	76
Tabel 4. 25 Saya merasa tertarik untuk mencoba produk	77
Tabel 4. 26 Karin Novilda meyakinkan saya bahwa produk ini berkualitas dan saya sangat ingin memilikinya.....	77
Tabel 4. 27 Saya merasa produk yang diulas Karin Novilda relevan dengan kebutuhan saya	78
Tabel 4. 28 Setelah melihat ulasan dari Karin Novilda saya merasa lebih yakin untuk melakukan pembelian	79
Tabel 4. 29 Saya cenderung membeli produk yang diulas.....	79
Tabel 4. 30 Kesesuaian antara produk yang diulas dan kebutuhan saya mempengaruhi keputusan pembelian saya setelah melihat ulasan dari Karin	80
Tabel 4. 31 Informasi yang diberikan oleh Karin Novilda dalam ulasan produk membuat saya merasa lebih percaya diri dalam mengambil keputusan.	81
Tabel 4. 32 Uji Klasifikasi Pearson.....	83
Tabel 4. 33 . Uji Korelasi Pearson.....	84
Tabel 4. 34 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	84
Tabel 4. 35 Uji Statistik F	87
Tabel 4. 36 Uji Statistik T	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Platform Media Sosial Paling Sering Digunakan.....	1
--	---

Gambar 1. 2 Akun instagram @awkarin Sumber: Instagram.com/awkarin	4
Gambar 1. 3 Instagram @hallybyawkarin, @ateam.management, @awdoption, @badinfluencebyawkarin, @awkenyang.....	5
Gambar 1. 4 Instagram @awkarin	6
Gambar 1. 5 Instagram @narinkovilda	6
Gambar 1. 7 Highlight #SpillShopee Instastory @narinkovilda.....	8
Gambar 1. 8 Broadcast Channel Karin Novilda "Khusus Spill Link Neiksss"	9

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	31
Gambar 3. 1 Rumus Slovin	37
Gambar 3. 2 Rumus Korelasi Pearson Product	48
Gambar 3. 3 Rumus Alpa Cronbach	52
Gambar 3. 4 Rumus Regresi Linear Sederhana	54
Gambar 3. 5 Rumus Uji Korelasi Pearson	55
Gambar 3. 6 Rumus Uji T	55
Gambar 3. 7 Rumus Uji F	56
Gambar 3. 8 Rumus Koefisien Determinasi (KD)	57



LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Surat Ketersediaan Membimbing	102
Lampiran 1. 2 Kerangka Sampling	103
Lampiran 1. 3 Kuesioner.....	106
Lampiran 1. 4 Profil Responden Uji Validitas dan Reliabilitas	109
Lampiran 1. 5 Bukti Follow Instagram @narinkovilda	110
Lampiran 1. 6 Responden Uji Validitas Yang Dientry SPSS (Variable X)	112
Lampiran 1. 7 Data Responden Uji Validitas Yang Dientry SPSS (Variabel Y)..	115
Lampiran 1. 8 Output Uji Validitas Variabel X.....	118
Lampiran 1. 9 Hasil Output Uji Validitas Variabel Y.....	120
Lampiran 1. 10 Hasil Output Reliabilitas Variabel X dan Y	124
Lampiran 1. 11 Hasil Turnitin	125
Lampiran 1. 12 Konsultasi Bimbingan Appsta	126
Lampiran 1. 13 Data SKPI UNAS	127
Lampiran 1. 14 Daftar Riwayat Hidup.....	128

