



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* SASHFIR
TERHADAP MINAT BELI PRODUK LAFIYE
(SURVEY PADA PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @LAFIYE)**

SKRIPSI

**DZAKIAH KAMAL WAHAB
223516426691**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JANUARI 2024**



UNIVERSITAS NASIONAL

**THE INFLUENCE OF SASHFIR *INFLUENCER* CREDIBILITY
ON INTEREST IN BUYING LAFIYE PRODUCTS
(SURVEY ON FOLLOWERS OF @LAFIYE INSTAGRAM
ACCOUNT)**

SKRIPSI

Sumbitted as partial fulfilment of requirements for Banchelor's
Communication Science

**DZAKIAH KAMAL WAHAB
223516426691**

FACULTY OF POLITICAL AND SOCIAL SCIENCES

**JAKARTA
JANUARY 202**



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH DAYA TARIK *INFLUENCER* SASHFIR
TERHADAP MINAT BELI PRODUK LAFIYE
(SURVEY PADA PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @LAFIYE)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

**DZAKIAH KAMAL WAHAB
223516426691**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA
JANUARI 2024**



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Dzakiah Kamal Wahab
NPM : 223516426691
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas Influencer Sashfir Terhadap Minat Beli Produk Lafiye (Survei Pada Followers Akun Instagram @Lafiye)

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, 2 Februari 2024

Dosen Pembimbing

Dekan


Nursatyo, S.Sos., M.Si.


Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.





UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dzakiyah Kamal Wahab

Nomor Induk Mahasiswa : 223516426691

Jurusan : Periklanan

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas Influencer
Sashfir Terhadap Minat Beli Produk
Lafiyé (Survei pada pengikut akun
Instagram @lafiyé)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 16 Februari 2024, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 1 Maret 2024

Ketua Sidang Prof. Dr. Dra. Lely Arriane, M.Si.

Penguji I Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.

Penguji II Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Keterangan :

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

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Dzakiah Kamal Wahab
NPM : 223516426691
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : 16 Februari 2024

JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER*
SASHFIR TERHADAP MINAT BELI PRODUK
LAFIYE
(SURVEY PADA PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @LAFIYE)

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

THE INFLUENCE OF SASHFIR *INFLUENCER* CREDIBILITY
ON INTEREST IN BUYING LAFIYE PRODUCTS
(SURVEY ON FOLLOWERS OF @LAFIYE
INSTAGRAM ACCOUNT)

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL: 1 Maret 2024	TGL: 16 Februari 2024	TGL: 1 Maret 2024
 Nursatyo, S.sos. M.Si.	 Druzur Luciana Pedagogik, S.sos. M.Si	 Dzakiah kamal wahab

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini :

Nama : Dzakiah Kamal Wahab
NPM : 223516426691
Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Sashfir Terhadap Minat Beli Produk Lafiye (Survei Pada Followers Akun Instagram @Lafiye)
Pembimbing : Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini yang berjudul 'Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Sashfir Terhadap Minat Beli Produk Lafiye (Survei Pada Followers Akun Instagram @Lafiye)' merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan murni dari saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan yang telah di publikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah di ajukan untuk gelar ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari ditemukan bukti skripsi merupakan hasil plagiat, atau terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Jakarta, 29 Januari 2024


Dzakiah Kamal Wahab

HALAMAN PENGESAHAN




LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Dzakiah Kamal Wahab
NPM : 223516426691
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas Influencer Sashfir Terhadap Minat Beli Produk Lafiye (Survei Pada Followers Akun Instagram @Lafiye)

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

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Prof. Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si. ()
Penguji I : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si. ()
Penguji II/ Pembimbing : Nursatyo, S.Sos., M.Si. ()

Ditetapkan di : Jakarta,

Tanggal : Jakarta, 2 Februari 2024

UNIVERSITAS NASIONAL



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2023/2024

Nama Mahasiswa : Dzakiah Kamal Wahab
No. Pokok : 223516426691
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Tempat Tgl. Lahir : Bogor, 7 Desember 2001
Alamat Rumah : Jl. Cendrawasih Raya No.99, Sawah Baru,
Ciputat, Tangerang Selatan, Banten
Telepon Rumah :-
Telepon Kantor :-
HP : 0851 56023947
Alamat Kantor :
E-mail : dzakiahkamal7@gmail.com

Jakarta, 8 Januari 2024
Alumni,


Dzakiah Kamal Wahab

UNIVERSITAS NASIONAL

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT, karena dengan karunia serta rahmatnya skripsi ini yang berjudul Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Sashfir Terhadap Minat Beli Produk Lafiye (Survei Pada Followers Akun Instagram @Lafiye) dapat terselesaikan. Penyelesaian penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana S1 di Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Dalam penyusunan laporan penelitian ini, tentu tak lepas dari arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Pihak-pihak yang terkait tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Bapak Dr. El Amry Bermmawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Ibu Djujur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi, beserta jajarannya.
5. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan banyak waktu, masukan dan juga saran terkait penyusunan penelitian ini hingga selesai dan telah mengarahkan saya selama masa perkuliahan.
6. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si., selaku dosen penguji sidang proposal skripsi, yang telah menyempatkan waktunya untuk menghadiri sidang penelitian dan menguji penelitian yang dilakukan serta memberikan saran dan masukan.

7. Prof. Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si., selaku ketua siding skripsi dan Dr. Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji skripsi. Terima kasih telah menguji kelayakan penelitian skripsi yang dilakukan peneliti.
8. Kepada kedua orang tua saya dan keluarga saya yang sudah memberikan dukungan kepada saya dibangku perkuliahan.
9. Kepada Teman-teman saya yang berada di Universitas Nasional, Fay, Luna, Ical, dan juga Nessie yang sudah menjadi teman saya selama berkuliah di Universitas Nasional dan memberikan dukungan kepada saya selama menyusun penelitian ini.
10. Teman-Teman terdekat saya yaitu, Keysha, Rainy, Rahma, Annisa, dan Nada yang memberikan dukungan kepada saya dan hiburan kepada saya selama penyusunan skripsi ini.
11. Teman kecil saya yaitu Dela, Wardah, Ka Salda, dan alm. Ka Mira, yang sudah memberikan dukungan dan semangat kepada saya selama saya menyusun skripsi ini.
12. Kepada Teman-Teman saya di MINDLAB yang sudah memberikan dukungan dan semangat kepada saya selama saya bekerja dan menyusun penelitian ini.

Penulis berharap semoga Allah SWT memberi berkah dan rahmat yang melimpah bagi seluruh pihak yang mendoakan dan mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini. Penulis sadar apabila dalam penelitian ini masih banyak memiliki kekurangan karena keterbatasan kemampuan penulis. Dengan demikian, saya sebagai penulis mengharapkan siapapun yang membaca skripsi ini dapat memberikan kritik dan saran agar penelitian ini dapat diperbaiki kedepannya. Semoga penelitian yang selesai ditulis ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 29 Januari 2024

Penulis

ABSTRAK

Nama : Dzakiah Kamal Wahab
NPM : 223516426691
Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Sashfir Terhadap Minat Beli Produk Lafiye (Survei Pada Followers Akun Instagram @Lafiye)
Pembimbing : Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kredibilitas *Influencer* Sashfir terhadap minat beli produk Lafiye (Survey Pada Followers Akun Instagram @Lafiye). Dengan menggunakan Teori Kredibilitas Sumber Hovland dan Kelley dengan premis Daya Tarik, Keahlian, dan Kepercayaan. Dengan Konsep Marketing Communication, *Influencer*, Media Sosial, dan juga minat beli dengan premis minat transaksional, minat referensi, minat preferensial dan minat eksploratif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kredibilitas *Influencer* Sashfir terhadap minat beli produk Lafiye (Survey Pada Followers Akun Instagram @Lafiye, karena terdapat pengaruh *Influencer* Sashfir terhadap minat beli produk Lafiye sebesar 78.1%. Sisa dari 100% tersebut sebesar 21,9% minat beli followers akun Instagram lafiye di pengaruhi oleh factor-faktor lainnya yang ada diluar penelitian ini. Dengan demikian penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Sashfir berpengaruh terhadap minat beli produk lafiye dan sesuai dengan teori yang digunakan oleh peneliti yakni teori Kredibilitas Sumber yang dikemukakan oleh Hovlan dan Kelley. Peneliti menyarankan kepada penelitian selanjutnya agar meneliti pada Keputusan pembelian, karena pada penelitian ini sudah di buktikan bahwa adanya minat beli yang tinggi pada para followers akun lafiye.

Kata Kunci : Kredibilitas *Influencer*, Komunikasi Pemasaran, Instagram, Minat Beli.

ABSTRACT

Name: : Dzakiah Kamal Wahab
NPM : 223516426691
Title : Pengaruh Daya Tarik *Influencer* Sashfir Terhadap Minat Beli Produk Lafiye (Survei Pada Followers Akun Instagram @Lafiye)
Counsellor : Nursatyo, S.Sos., M.Si.

This study aims to understand and analyze the influence of the credibility of *Sashfir Influencers* on the interest in buying Lafiye products (Survey on Instagram Account Followers @Lafiye. Using Hovland and Kelley's Source Credibility Theory on the premise of Attraction, Expertise, and Trustworthiness. With the concept of Marketing Communication, Influencer, Social Media, and also buying interest with permis transaxnal interest, reference interest, preference interest and exploratory interest. This study used quantitative research methods. The results showed that the influence of the credibility of *Sashfir Influencers expected interest in buying Lafiye products (Survey on Instagram Account Followers @Lafiye, because there was an influence* of Sashfir Influencers on the interest in buying Lafiye products by 78.1%. The remaining 100%, 21.9%, is influenced by other factors outside this study. Thus, this study can be concluded that the influence of Sashfir Influencer Credibility affects the interest in buying lafiye products and is in accordance with the theory used by researchers, namely the Source Credibility theory proposed by Hovlan and Kelley. Researchers suggest to future research to examine the purchase decision, because in this research it has been proven that there is high buying interest in followers of the lafiye account.

Keywords: *influencer credibility*, marketing communication, Instagram, buying interest.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis	9
1.5 Sistematika Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Teori Kredibilitas Sumber (<i>Source Credibility Theory</i>)	16
2.3 <i>Marketing Communication</i>	18
2.4 Influencer	22
2.5 Media Sosial	25
2.6 Minat Beli	26
2.7 Kerangka Berpikir	28
2.8 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Pendekatan Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel	30
1. Populasi	30
2. Sample	31
3.3 Operasionalisasi Variabel	32
3.4 Skala Pengukuran	37
3.5 Teknik Pengujian Instrumen	37
1. Uji Validitas	37

2.	Hasil Uji Validitas.....	38
3.	Uji Reabilitas	40
4.	Hasil Uji Reabilitas	41
3.6	Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	42
1.	Uji Regresi Linear Sederhana	42
2.	Uji Korelasi.....	42
3.	Uji Koefisien Determinasi	43
4.	Uji Hipotesis	44
3.7	Lokasi dan Jadwal Penelitian	44
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1	Deskripsi Wilayah penelitian.....	46
4.1.1	Profil Lafiye	46
4.1.2	Akun Instagram Lafiye	48
4.2	Karakteristik Responden.....	49
1.	Karakteristik Usia	49
2.	Karakteristik Pekerjaan.....	50
3.	Karakteristik Penghasilan	51
4.3	Analisis Statistik Deskriptif	51
4.3.1	Analisis Statistik Deskriptif Variabel X.....	52
1.	Rekapitulasi Hasil Variabel X.....	61
2.	Hasil Mean Dimensi Variabel X.....	62
3.	Kategorisasi Dimensi Variabel X	63
4.3.2	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Y.....	63
1.	Rekapitulasi Hasil Variabel Y.....	71
2.	Hasil Mean Dimensi Variabel Y.....	73
3.	Kategorisasi Dimensi Variabel Y	74
4.4	Uji Korelasi.....	74
4.5	Uji Regresi Linear Sederhana	75
4.6	Uji Koefisien Determinasi	77
4.7	Uji Hipotesis/Uji T.....	78
4.8	Hasil Pembahasan	79
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Saran	85

DAFTAR PUSTAKA..... 87
LAMPIRAN..... 91



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	33
Tabel 3.2 Skala Likert	37
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas X.....	39
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Y.....	39
Tabel 3.5 Hasil Uji Reabilitas Variabel X	41
Tabel 3.6 Hasil Uji Reabilitas Variabel Y	41
Tabel 3.7 Tabel Koefisien Reabilitas.....	43
Tabel 3.8 Jadwal Penelitian	45
Tabel 4.1 Pengujian Karakteristik Usia	49
Tabel 4.2 Pengujian Karakteristik Pekerjaan.....	50
Tabel 4.3 Pengujian Karakteristik Penghasilan	51
Tabel 4.4 Skala Likert.....	52
Tabel 4.5 Pernyataan X1.....	53
Tabel 4.6 Pernyataan X2	54
Tabel 4.7 Pernyataan X3	54
Tabel 4.8 Pernyataan X4	55
Tabel 4.9 Pernyataan X5	56
Tabel 4.10 Pernyataan X6	57
Tabel 4.11 Pernyataan X7	58
Tabel 4.12 Pernyataan X8	58
Tabel 4.13 Pernyataan X9	59
Tabel 4.14 Pernyataan X10	60
Tabel 4.15 Rekapitulasi Hasil Pengembangan Variabel X.....	61
Tabel 4.16 Hasil Mean Dimensi Variabel X.....	62
Tabel 4.17 Tinggi Rendahnya Tingkat Daya Tarik <i>Influencer</i> Sashfir.....	63
Tabel 4.18 Hasil Tinggi Rendahnya Tingkat Daya Tarik <i>Influencer</i> Sashfir	63
Tabel 4.19 Skala Likert	64

Tabel 4.20 Pernyataan Y1	64
Tabel 4.21 Pernyataan Y2	65
Tabel 4.22 Pernyataan Y3	65
Tabel 4.23 Pernyataan Y4	66
Tabel 4.24 Pernyataan Y5	67
Tabel 4.25 Pernyataan Y6	68
Tabel 4.26 Pernyataan Y7	68
Tabel 4.27 Pernyataan Y8	69
Tabel 4.28 Pernyataan Y9	70
Tabel 4.29 Pernyataan Y10	70
Tabel 4.30 Rekapitulasi Hasil Pengembangan Variabel Y	71
Tabel 4.31 Hasil Mean Dimensi Variabel Y	73
Tabel 4.32 Tinggi Rendahnya minat beli produk lafiyr Sashfir.....	74
Tabel 4.33 Hasil Tinggi Rendahnya Tingkat Daya Tarik <i>Influencer</i> Sashfir	74
Tabel 4.34 Analisis Hasil Uji Korelasi	75
Tabel 4.35 Analisis Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	76
Tabel 4.36 Analisis Hasil Uji Korelasi Determinasi	77
Tabel 4.37 Analisis Hasil Uji T	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Produk yang Paling Banyak Dibeli di <i>E-commerce</i> 2022	1
Gambar 1.2 Data Pengguna Media Sosial 2023.....	3
Gambar 1.3 Data Media Sosial yang paling banyak digunakan 2023	3
Gambar 1.4 Foto model brand lafiye	5
Gambar 1.5 Foto produk brand lafiye	5
Gambar 1.6 Akun Instagram Maira Wear.....	6
Gambar 1.7 Sashfir sebagai <i>Influencer</i> Lafiye.....	7
Gambar 1.8 Akun Instagram Sashfir.....	7
Gambar 2.1 Model Hubungan Antar Variabel.....	29
Gambar 3.1 Foto akun Instagram Lafiye.....	31
Gambar 4.1 Logo Lafiye.....	46
Gambar 4.2 Foto Produk Lafiye.....	47
Gambar 4.3 Foto Produk Lafiye.....	48

