

**PENGARUH *ATTRACTIVENESS OF SOCIAL MEDIA INFLUENCERS*,
BRAND IMAGE DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP *ONLINE
PURCHASE INTENTION***

WINNY VIOLA TRIYANI

1707620082



Intelligentia - Dignitas

**Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan
Gelar Sarjana Pendidikan Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

**THE EFFECT OF ATTRACTIVENESS OF SOCIAL MEDIA
INFLUENCERS, BRAND IMAGE AND PRICE DISCOUNT ON
ONLINE PURCHASE INTENTION**

WINNY VIOLA TRIYANI

1707620082



**This thesis is written to fulfill one of the requirements to obtain a Bachelor of
Education degree at the Faculty of Economics and Business, State University
of Jakarta**

**BUSINESS EDUCATION PROGRAM STUDY
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

ABSTRAK

Winny Viola Triyani. 1707620082. Pengaruh Attractiveness of Social Media Influencers, Brand Image dan Price Discount terhadap Online Purchase Intention. Studi Kasus pada Wardah di Jabodetabek. Desember 2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana daya tarik *influencer* media sosial memengaruhi niat beli *online* dan citra merek, citra merek memengaruhi niat beli *online* dan diskon harga memengaruhi niat beli *online* pada produk Wardah di wilayah Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah 200 perempuan pembeli produk Wardah di wilayah Jabodetabek. Teknik analisis data menggunakan SEM dengan perangkat lunak AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) daya tarik *influencer* media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli *online* (2) daya tarik *influencer* media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, (3) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli *online* (4) diskon harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli *online* pada produk Wardah di wilayah Jabodetabek

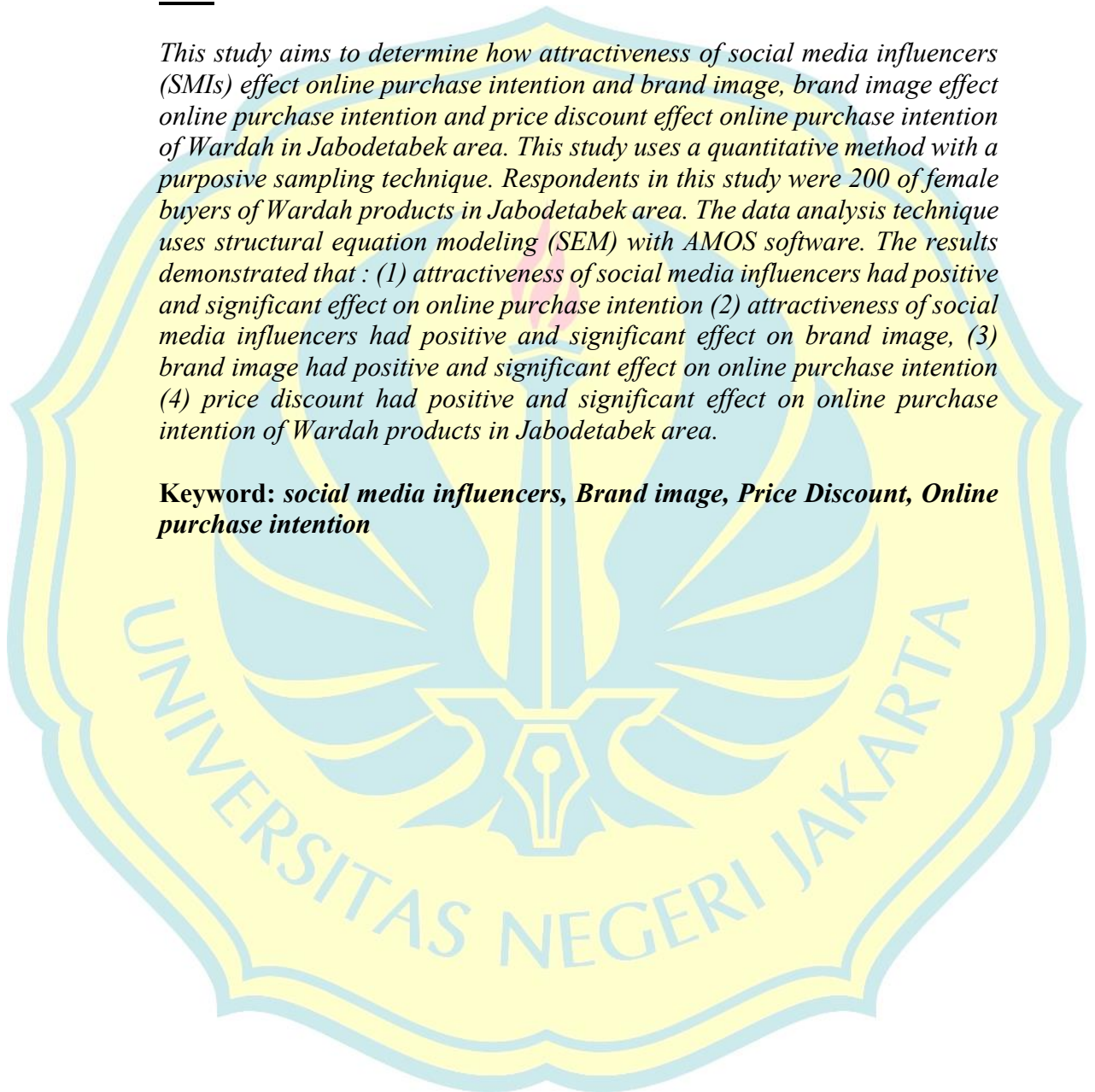
Kata kunci: *Influencer* Media Sosial, Citra Merek, Diskon Harga, Niat Beli *Online*

ABSTRACT

Winnie Viola Triyani. 1707620082. The effect of Attractiveness of Social Media Influencers, Brand Image and Price Discount on Online Purchase Intention. Case study of Wardah products in Jabodetabek area. Desember 2024

This study aims to determine how attractiveness of social media influencers (SMIs) effect online purchase intention and brand image, brand image effect online purchase intention and price discount effect online purchase intention of Wardah in Jabodetabek area. This study uses a quantitative method with a purposive sampling technique. Respondents in this study were 200 of female buyers of Wardah products in Jabodetabek area. The data analysis technique uses structural equation modeling (SEM) with AMOS software. The results demonstrated that : (1) attractiveness of social media influencers had positive and significant effect on online purchase intention (2) attractiveness of social media influencers had positive and significant effect on brand image, (3) brand image had positive and significant effect on online purchase intention (4) price discount had positive and significant effect on online purchase intention of Wardah products in Jabodetabek area.

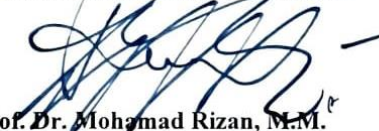
Keyword: social media influencers, Brand image, Price Discount, Online purchase intention





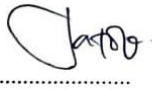


LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M.
NIP 197206272006041001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd. NIP 199302202019032022 (Ketua Sidang)		23/01/25
2	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han NIP 199504122023212041 (Penguji 1)		23/01/25
3	Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D NIP 198209082010122004 (Penguji 2)		23/01/25
4	Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si. NIP 197206171999031001 (Pembimbing 1)		23/01/25
5	Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM NIP 198103222023212013 (Pembimbing 2)		23/01/25

Nama : Winny Viola Triyani
No. Registrasi : 1707620082
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 12 Desember 2024

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli saya dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini belum diterbitkan sebelumnya, kecuali secara tertulis disebutkan sebagai referensi dalam suatu karya dengan mencantumkan nama penulis dan memasukkannya ke dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran, dan jika di kemudian hari ditemukan pelanggaran atau ketidaksesuaian, saya siap menerima sanksi akademik, termasuk pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lain sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Januari 2025

Yang membuat pernyataan,



Winy Viola Trivani

NIM. 1707620082

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Winny Viola Triyani
NIM : 1707620082
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis / Pendidikan Bisnis
Alamat email : winnyviola30@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

Yang berjudul :

Pengaruh Attractiveness of Social Media Influencers, Brand Image dan Price Discount terhadap Online Purchase Intention

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 03 Maret 2025

Penulis,

Winny Viola Triyani

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "*Pengaruh Attractiveness of Social Media Influencers, Brand Image dan Price Discount terhadap Online Purchase Intention*". Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapat Gelar Sarjana Pendidikan Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis.
3. Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan memberi masukan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
4. Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang juga membimbing dan memberi masukan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
5. Jajaran pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis, baik para dosen, staf administrasi, dan tenaga pendukung yang telah memberikan ilmu, dukungan, serta pelayanan yang luar biasa selama masa studi penulis

di Universitas Negeri Jakarta.

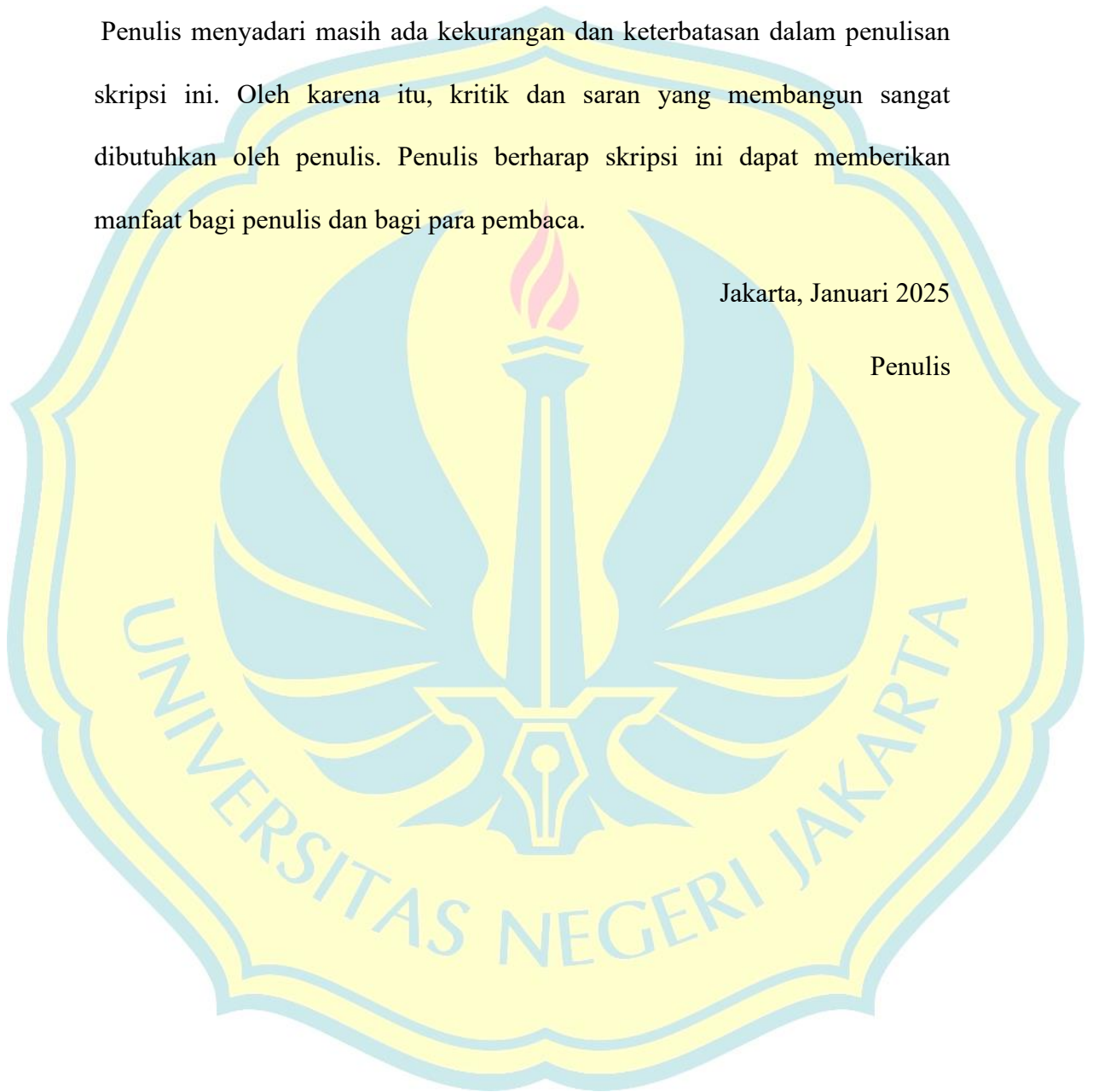
6. Orang tua penulis tercinta, Ibu Maryani, yang selalu menjadi cahaya dalam setiap langkah hidup penulis, yang selalu mengusahakan serta mengorbankan segalanya untuk hidup penulis. Terima kasih untuk doa yang dilantarkan tanpa henti dan kasih sayang yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sampai mendapat gelar sarjana
7. Kakak – kakak penulis tersayang, Rani Fiorentina dan Rino Alfarizi yang telah memberikan dukungan moril dan materiil tanpa pamrih dan penuh kasih selama menjalani hingga menyelesaikan masa studi.
8. Rekan penulis, Danu Kartiko, yang telah memberikan dukungan berarti bagi penulis, terutama telah meminjamkan laptop, *mouse* beserta *earphones* untuk membantu penulis menyelesaikan skripsi hingga akhir.
9. Deischa Yuky, Putri Della, Silva Arum dan Aulia Pratiwi selaku sahabat penulis yang senantiasa memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Alisa Ambarwati sebagai sepupu terdekat penulis yang selalu memberikan semangat dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis cantumkan semuanya, yang turut mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Diriku sendiri yang tidak menyerah menghadapi rintangan dan

tekanan. Terima kasih untuk hari yang dilalui dalam menyelesaikan skripsi sambil mencari rezeki. Terima kasih telah semangat berjuang menyelesaikan skripsi ini dengan baik hingga akhir.

Penulis menyadari masih ada kekurangan dan keterbatasan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan oleh penulis. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan bagi para pembaca.

Jakarta, Januari 2025

Penulis



DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori	11
2.1.1 <i>Social Identity Theory (SIT)</i>	11
2.1.2 <i>Online Purchase Intention</i>	12
2.1.3 <i>Attractiveness of social media influencers</i>	14
2.1.4 <i>Brand image</i>	17
2.1.5 <i>Price Discount</i>	19
2.2 Kajian Penelitian	21
2.3 Kerangka Teori	23
2.3.1 <i>Attractiveness of Social Media Influencers (SMIs) dan Online Purchase Intention</i>	23
2.3.2 <i>Attractiveness of Social Media Influencers (SMIs) dan Brand Image</i>	25
2.3.3 <i>Brand image dan Online Purchase Intention</i>	26
2.3.4 <i>Price Discount dan Online Purchase Intention</i>	28
2.4 Hipotesis Penelitian	30
BAB 3 METODE PENELITIAN	31
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.2 Desain Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel	34
3.4 Pengembangan Instrumen	36
3.4.1 Variabel Penelitian	36

3.4.2 Instrumen Penelitian	38
3.5 Skala Penelitian	41
3.6 Teknik Pengumpulan Data	42
3.7 Teknik Analisis Data	42
3.7.1 Uji Validitas.....	43
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.7.3 Uji Hipotesis.....	44
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Deskripsi Data	46
4.1.1 Profil Responden	46
4.1.2 Profil Data	48
4.2 Pengujian SEM dengan Amos.....	54
4.2.1 Pegujian Measurement Model.....	54
4.2.2 Pegujian Goodness of Fit.....	57
4.2.3 Pegujian Model Struktural	58
4.3 Evaluasi Pengujian Hipotesis	60
BAB 5 PENUTUP.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Implikasi	67
5.2.1 Implikasi Teoritis	67
5.2.2 Implikasi Praktis.....	69
5.3 Keterbatasan Penelitian	71
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alasan Orang Belanja Secara <i>Online</i>	1
Gambar 1. 2 Nilai Belanja Kategori Produk di <i>E – Commerce</i> Indonesia	2
Gambar 1. 3 <i>Brand Skincare</i> Terlaris di Indonesia	3
Gambar 1. 4 Slogan Terbaru Wardah.....	5
Gambar 1. 5 Poster Diskon Wardah.....	7
Gambar 2. 1 <i>Social Identity Theory Model</i>	12
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian.....	29
Gambar 4. 1 Pengujian Measurement Model.....	54
Gambar 4. 2 Model Penelitian setelah Modifikasi.....	58



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan Terdahulu	21
Tabel 3.1 Waktu Penyusunan Penelitian.....	31
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.4 Skala Likert.....	41
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	47
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	47
Tabel 4. 4 Hasil Kuesioner Variabel <i>Attractiveness Of SMIs</i>	48
Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner Variabel <i>Brand Image</i>	50
Tabel 4. 6 Hasil Kuesioner Variabel <i>Online Purchase Intention</i>	51
Tabel 4. 7 Hasil Kuesioner Variabel <i>Online Purchase Intention</i>	52
Tabel 4. 8 Nilai Standardized Loading Factor (SLF)	55
Tabel 4. 9 Nilai AVE dan CR	56
Tabel 4. 10 Nilai Goodness of Fit	57
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Uji Hipotesis.....	59
Tabel 4. 12 Nilai R-Square	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Persetujuan Skripsi.....	81
Lampiran 2. Surat Persetujuan Seminar Proposal.....	82
Lampiran 3. Format Saran dan Perbaikan Skripsi.....	83
Lampiran 4. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	85
Lampiran 5. Lembar Persetujuan Perbaikan Setelah Seminar Proposal Skripsi.....	86
Lampiran 6. Lembar Persetujuan Perbaikan Setelah Seminar Hasil Skripsi.....	87
Lampiran 7. Kuesioner Penelitian Skripsi.....	88
Lampiran 8. Hasil Cek Plagiasi Turnitin.....	91
Lampiran 9. Daftar Riwayat Peneliti.....	92

