

**PENGARUH *INFLUENCER INSTAGRAM* DAN  
*TRUSTWORTHINESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DESSERT KEKINIAN  
(STUDI KASUS PELANGGAN MACARON\_ID KABUPATEN  
NGANJUK)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh :**

**Riesa Novita Astriana**

**NPM. 18419743**

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KADIRI**

**KEDIRI**

**2021**

## PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri dan diterima untuk memenuhi salah satu  
syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
Pada tanggal 21 Juni 2021

Mengesahkan  
Universitas Kadiri  
Fakultas Ekonomi

Dekan,



Dr. Nur Lae W MM  
NIK:0718026001

Tim Penguji:

1. Drs. Gandung Satriyono, S.T.M.M  
NIDN : 0717126302
2. M. Dian Ruhamak, S.E. MM  
NIDN : 0718119001
3. Drs. Sudjiono, M.M  
NIDN : 0711055801

  
: .....  
: .....  
: .....

## SURAT PERNYATAAN TENTANG ORISINALITAS

Yang bertanda tangan ini, saya :

Nama : Riesa Novita Astriana

NPM : 18419743

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul :

“Pengaruh *Influencer Instagram* Dan *Trustworthiness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dessert Kekinian (Studi Kasus Pelanggan Macaron\_id Di Kabupaten Nganjuk)”

Apabila suatu saat nanti saya terbukti melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Nganjuk, 21 Juni 2021



Riesa Novita Astriana

NPM. 18419743

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan karunia, hidayat, rezeki, dan kenikmatan lainnya yang tiada batas kepada penulis dengan memberikan ketabahan, semangat, serta kekuatan lahir dan batin dalam melaksanakan berbagai rintangan kehidupan ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :

“PENGARUH *INFLUENCER INSTAGRAM* DAN *TRUSTWORTHINESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DESSERT KEKINIAN (STUDI KASUS PELANGGAN MACARON\_ID KABUPATEN NGANJUK)”

Tidak sedikit bantuan dari berbagai pihak yang diberikan kepada penulis baik secara moril maupun segi materil. Oleh karena itu dengan segala ketulusan hati penulis mengucapkan beribu – ribu terimakasih atas segala bantuan dan dukungan yang selama ini penulis terima sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Pada kesempatan ini, izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas kuasa dan nikmat serta karunianya yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Nur Laely, S.E M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri
3. Bapak Drs. Gandung Satriyono, S.T. M.M, selaku dosen pembimbing u atas segala perhatian, ketekunan, kesabaran dan ketelitian beliau dalam

memberikan bimbingannya sehingga penulis skripsi ini dapat selesai dengan baik.

4. Bapak M. Dian Ruhamak, S.E. M.M, selaku dosen pembimbing pendamping kedua yang juga telah memberikan banyak segala perhatian, ketekunan, kesabaran, waktu dan ketelitian beliau dalam memberikan bimbingannya sehingga penulis skripsi ini dapat selesai dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri yang telah memberikan banyak pengalaman serta ilmunya selama perkuliahan.
6. Seluruh karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri yang selalu membantu dan melayani keperluan mahasiswa dan mahasiswi dengan sebaik – baiknya.
7. Kepada Rahmi Awalia selaku Owner serta karyawan Macaron\_id Kabupaten Nganjuk yang telah membantu memberi izin dalam pelaksanaan penelitian , sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik.
8. Kepada kedua orang tua Bapak Bambang Irianto dan Ibu Sulastri serta saudara dan keluarga terkasih di Nganjuk, Jawa Timur yang telah memberikan kasih sayang, menyumbangkan motivasi, semangat serta do'a.
9. Teman – teman lainnya yang senasib dan seperjuangan di bangku perkuliahan Universitas Kadiri yang telah berjuang untuk mencapai kesuksesan dan untuk mencapai cita – cita masing – masing.
10. Teman – teman Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Kadiri yang telah memberikan banyak pengalaman organisasi.

11. Sahabat yang selalu berada disamping saya baik itu susah dan senang membantu penulis memberi semangat, motivasi serta dorongan yaitu Meling, Dinar, dan Sati.
12. Teman – teman jauh penulis yang selalu memberikan pesan secara online untuk selalu semangat dalam menjalani berbagai rintangan kehidupan risa, dan layla.
13. Seseorang yang spesial di kehidupan penulis yang tidak memberi kepastian selama ini yang telah memberi dorongan semangat.
14. Teman – teman dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan semuanya, yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis sangat senang sekali dapat menerima segala kritik maupun saran yang telah membangun untuk kesempurnaan skripsi ini di kemudian hari.

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	i
Daftar Isi .....	iv
Daftar Tabel .....	vi
Daftar Gambar .....	vii
Daftar Lampiran .....	viii
Abstrak .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Batasan Masalah .....	8
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II LANDASAN TEORI .....	11
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Landasan Teori .....	16
2.2.1 <i>Influencer</i> .....	16
2.2.2 <i>Trustworthiness</i> .....	22
2.2.3 Keputusan Pembelian .....	25
2.3 Kerangka Berfikir .....	29
2.4 Konsep Hipotesis .....	30
BAB III METODE PENELITIAN .....	31
3.1 Jenis Penelitian .....	31
3.2 Lokasi dan Periode Penelitian .....	31
3.2.1 Lokasi Penelitian .....	31
3.2.1 Periode Penelitian .....	32
3.3 Populasi dan Sampel .....	32
3.3.1 Populasi .....	32
3.3.2 Teknik Penentuan Besarnya Sampel .....	33
3.3.3 Teknik Sampling .....	33
3.4 Sumber Data .....	34
3.4.1 Data Sekunder .....	34
3.4.2 Data Primer .....	35
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	35
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.5.2 Uji Validitas dan Reabilitas .....	37
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	39
3.7 Metode Analisis Data .....	41
3.8 Uji Hipotesis .....	42

3.8.1 Uji Parsial (Uji t) .....	42
3.8.2 Uji Simultan (Uji F) .....	43
3.8.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	45
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....	47
4.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
4.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur .....	48
4.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	49
4.3 Deskripsi Jawaban Responden .....	50
4.3.1 <i>Influencer</i> .....	50
4.3.2 <i>Trustworthiness</i> .....	51
4.3.3 Keputusan Pembelian .....	53
4.4 Analisis Data .....	55
4.4.1 Uji Validitas .....	55
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	58
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	60
4.5 Pengujian Hipotesis .....	62
4.5.1 Uji Parsial (Uji t) .....	62
4.5.2 Uji Simultan (Uji F) .....	64
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	65
4.6 Pembahasan .....	66
4.6.1 Pengaruh <i>Influencer</i> Terhadap Keputusan Pembelian Macaron_id di Kabupaten Nganjuk .....	67
4.6.2 Pengaruh <i>Trustworthiness</i> Terhadap Keputusan Pembelian Macaron_id di Kabupaten Nganjuk .....	69
4.6.3 Pengaruh <i>Influencer</i> Dan <i>Trustworthiness</i> Terhadap Keputusan Pembelian Macaron_id Di Kabupaten Nganjuk .....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	72
5.2 Saran .....	72
Daftar Pustaka .....	74
Lampiran	



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	2
Tabel 3.1 Periode Penelitian .....	32
Tabel 3.2 Skala Likert .....	36
Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas .....	38
Tabel 3.4 Definisi Operasional .....	39
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur .....	48
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	49
Tabel 4.4 Jawaban Responden Mengenai <i>Influencer</i> .....	50
Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai <i>Trustworthiness</i> .....	52
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian .....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Influencer</i> (X1) .....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Trustworthiness</i> (X2) .....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	57
Tabel 4.10 Uji Reabilitas Variabel <i>Influencer</i> (X1) .....	59
Tabel 4.11 Uji Reabilitas Variabel <i>Trustworthiness</i> (X2) .....	59
Tabel 4.12 Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	60
Tabel 4.13 Hasil Regresi Linier Berganda .....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji t .....	63
Tabel 4.15 Hasil Uji f .....	65
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Populasi digital global per Oktober 2020 .....	4
Gambar 1.2 <i>Influencer</i> Macaron_id .....	6
Gambar 1.3 Akun <i>Instagram</i> macaron_id .....	11
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	29
Gambar 4.1 Logo-Produk Macaron_id .....	46

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner Pernyataan
- Lampiran 2 : Rekap Jawaban Responden
- Lampiran 3 : Hasil Analisis SPSS
- Lampiran 4 : Lembar Bimbingan
- Lampiran 5 : Berita Acara Seminar Proposal
- Lampiran 6 : Plagiasi
- Lampiran 7 : Riwayat Hidup