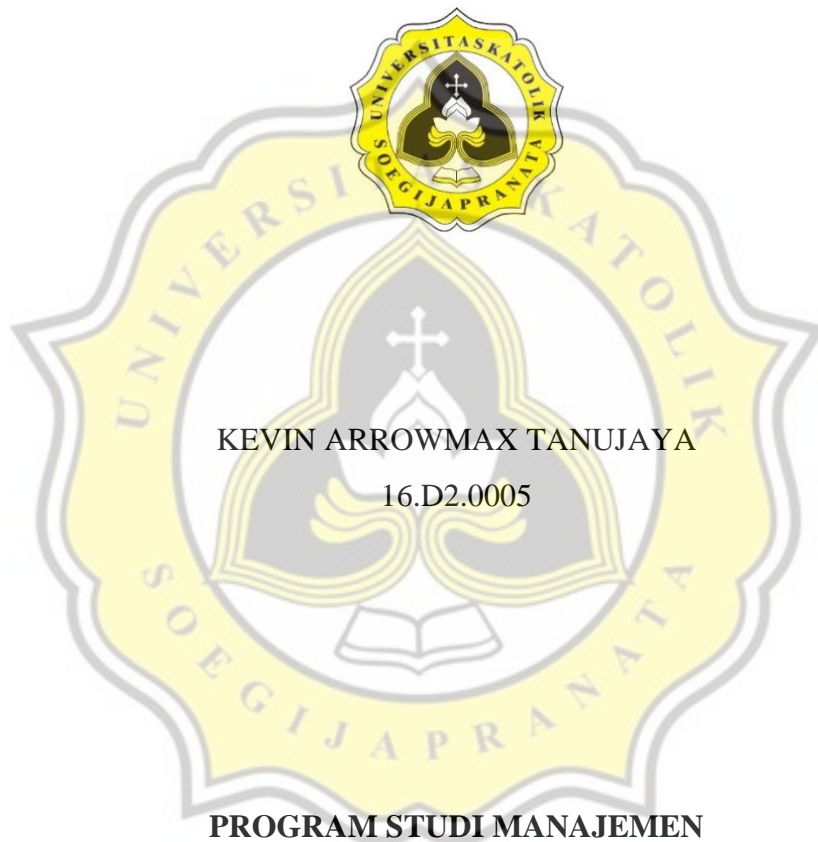


**SKRIPSI**

**PENGARUH KARAKTERISTIK *INSTAGRAM INFLUENCER*  
TERHADAP *BRAND IMAGE* SKINNYCOOK SEMARANG**



**KEVIN ARROWMAX TANUJAYA**

**16.D2.0005**

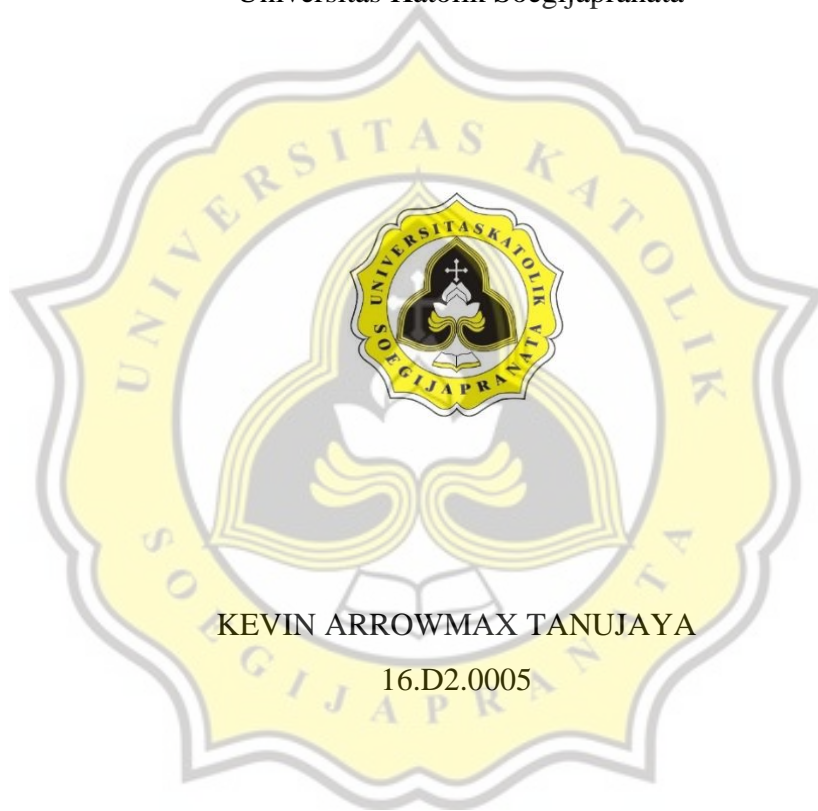
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2021**

**PENGARUH KARAKTERISTIK *INSTAGRAM INFLUENCER*  
TERHADAP *BRAND IMAGE SKINNYCOOK SEMARANG***

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata



KEVIN ARROWMAX TANUJAYA

16.D2.0005

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2021**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Kevin Arrowmax Tanujaya

NIM : 16.D2.0005

Fakultas : FEB

Judul Skripsi : PENGARUH KARAKTERISTIK *INSTAGRAM INFLUENCER*  
TERHADAP *BRAND IMAGE SKINNYCOOK SEMARANG*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan - bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Katholik Soegijapranata.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Semarang, 11 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,



Kevin Arrowmax Tanujaya

## HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : pengaruh karakteristik instagram influencer terhadap brand image skinnycook  
di Semarang

Diajukan oleh : Kevin Arrowmax Tanujaya

NIM : 16.D2.0005

Tanggal disetujui : 23 Juli 2021

Telah setuju oleh

Pembimbing : Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D.

Penguji 1 : Dr. J. Wijanto Hadipuro S.E., M.T.

Penguji 2 : A. Haryo Perwito S.E., MA.TRM.

Penguji 3 : Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D.

Ketua Program Studi : Dr Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

[sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=16.D2.0005](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=16.D2.0005)

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kevin Arrowmax Tanujaya  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneklusif atas karya ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Karakteristik Instagram Influencer Terhadap Brand Image Skinnycook di Semarang”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 11 Agustus 2021

Yang menyatakan



Kevin Arrowmax Tanujaya

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yesus Kristus, atas anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : Pengaruh Karakteristik *Instagram Influencer* terhadap *Brand Image* Skinnycook di Semarang. Untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katholik Soegijapranata Semarang.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari banyak pihak yang membantu, sehingga penulis ingin mengucapkan terima kasih, khususnya kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Drs. Theodorus Sudimin, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan, serta senantiasa memotivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Dr. J. Wijanto Hadipuro S.E., M.T , dan A. Haryo Perwito S.E., MA.TRM selaku dosen penguji.
4. Seluruh Dosen dan Staf Tata Usaha Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
5. Ayahanda Hermanto dan Ibunda Heny tercinta yang telah mencurahkan segenap cinta dan biaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis menerima segala masukan yang bersifat membangun dari seluruh pembaca demi kebaikan peneliti ke depannya. Terima kasih.

Semarang, 11 Agustus 2021

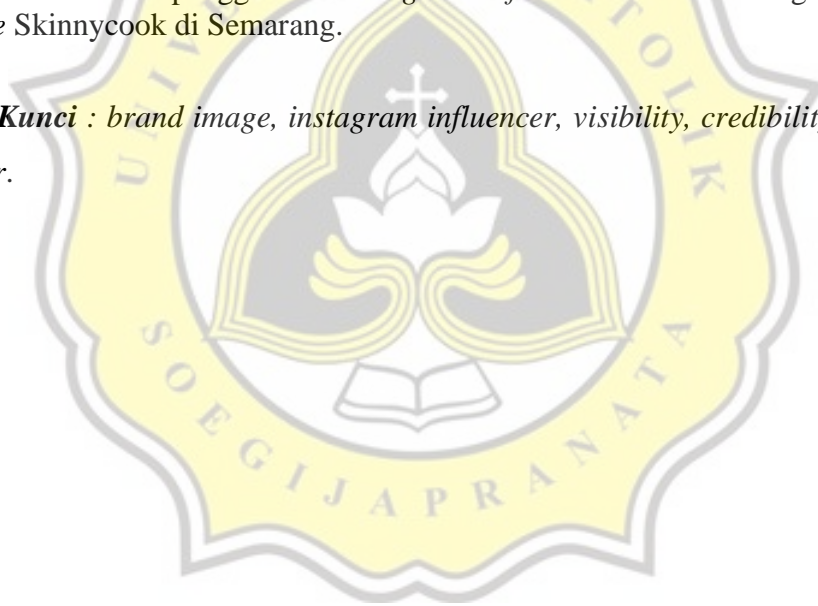


Kevin Arrowmax Tanujaya

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *Instagram Influencer* terhadap *Brand Image* Skinnycook di Semarang. Berdasarkan dari sudut pandang konsumen, *Instagram Influencer* dilihat dari empat variabel yaitu *visibility*, *credibility*, *attraction* dan *power*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 36 responden. Adapun metode pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Instagram Influencer* yaitu *visibility*, *credibility*, *attraction* dan *power* berpengaruh secara simultan terhadap *Brand Image* Skinnycook. Secara parsial tiap variabel *visibility*, *credibility*, *attraction* dan *power* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *Brand Image* Skinnycook. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan memandang *Instagram Influencer* mempengaruhi *Brand Image*, maka dari itu Skinnycook sebaiknya mempertahankan penggunaan *Instagram Influencer* untuk meningkatkan *Brand Image* Skinnycook di Semarang.

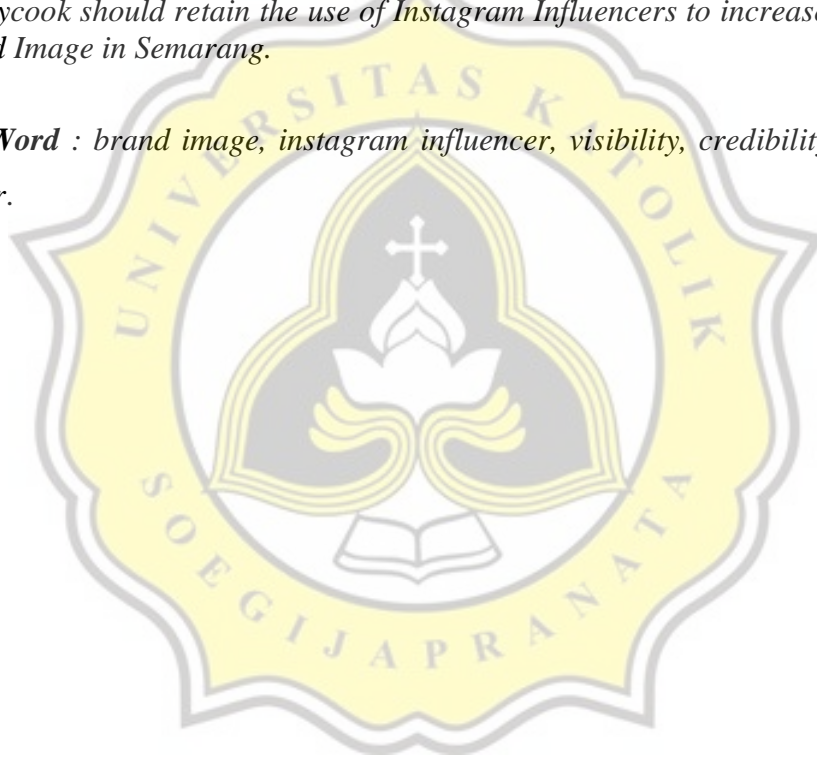
**Kata Kunci** : *brand image*, *instagram influencer*, *visibility*, *credibility*, *attraction*, *power*.



## ABSTRACT

*This research was conducted to test the effect of Instagram Influencer variable towards Skinnycook Brand Image in Semarang. From the consumer's point of view, Instagram Influencer have four variables consist of visibility, credibility, attraction and power. The samples used in the study is a total of 36 respondents. Method in taking the sample of this research is applying purposive sampling. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression and hypothesis testing. The results showed that Instagram Influencer variable that is visibility, credibility, attraction and power simultaneously affect on Skinnycook Brand Image. Partially visibility, credibility, attraction amd power significantly and positively influence Skinnycook Brand Image. Thus it turns out that consumers see the Instagram Influencers affect the Brand Image, then Skinnycook should retain the use of Instagram Influencers to increase Skinnycook Brand Image in Semarang.*

**Key Word** : *brand image, instagram influencer, visibility, credibility, attraction, power.*





## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat.....	3
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	3
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II.....	4
LANDASAN TEORI.....	4
2.1 <i>Digital Marketing</i> .....	4
2.1.1 Konsep Bauran Pemasaran .....	4
2.1.2 Digital marketing.....	5
2.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	5
2.3 Karakteristik Instagram Influencer.....	6
2.4 Brand Image .....	9
2.5 Penelitian Terdahulu .....	11
2.6 Kerangka Pikiran.....	13
2.7 Hipotesis Penelitian.....	13
2.8 Definisi Operasional.....	13
BAB III .....	18
METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Objek dan Lokasi Penelitian.....	18
3.2 Populasi dan Sampel.....	18
3.3 Data dan Jenis Data .....	19

3.4 Teknik Sampling .....	19
3.5 Teknik Analisis.....	19
3.5.4 Regresi Linier Berganda .....	22
3.5.5 Alat Analisis .....	22
3.5.6 Uji Hipotesis .....	23
BAB IV.....	25
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1 Gambaran Umum Responden .....	25
4.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	25
4.1.2 Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	26
4.1.3 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	26
4.2 Analisis Deskriptif.....	29
4.3 Pengujian dan Hasil Analisis Data .....	43
4.3.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
4.3.4 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	46
4.4 Pembahasan Hasil Analisis Data .....	49
4.4.1 Pengaruh Variabel <i>Visibility</i> Terhadap <i>Brand Image</i> .....	49
4.4.2 Pengaruh Variabel <i>Credibility</i> Terhadap <i>Brand Image</i> .....	49
4.4.3 Pengaruh Variabel <i>Attraction</i> Terhadap <i>Brand Image</i> .....	50
4.4.4 Pengaruh Variabel <i>Power</i> Terhadap <i>Brand Image</i> .....	51
BAB V .....	53
PENUTUP .....	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran .....	53
DAFTAR PUSTAKA .....	55

## DAFTAR TABEL

### BAB II

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....11

Tabel 2. 2 Definisi Operasional .....15

### BAB III

Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas .....20

Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas .....22

### BAB IV

Tabel 4. 1Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....25

Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....26

Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan .....26

Tabel 4. 4 Hasil Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Pendidikan .....27

Tabel 4. 5 Hasil Tabulasi @Erika\_Santoso .....27

Tabel 4. 6 Hasil Tabulasi @keyeah .....28

Tabel 4. 7 Hasil Tabulasi @leopardturtle.....28

Tabel 4. 8 Hasil Tabulasi @lydia.kusyono.....29

Tabel 4. 5 Tabel Tanggapan Responden.....32

Tabel 4. 10 Tanggapan Responden @erika\_santoso .....34

Tabel 4. 11 Tanggapan Responden @Keyeah .....37

Tabel 4. 12 Tanggapan Responden @Leopardturtle.....39

Tabel 4. 13 Tanggapan Responden @Lydia.kusyono.....41

Tabel 4. 6 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....44

Tabel 4. 7 Hasil Uji Simultan .....44

Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....45

Tabel 4. 9 Hasil Uji Hipotesis .....46



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikiran .....	13
------------------------------------	----

