

ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *INFLUENCER MARKETING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DURIAN DI *KING GOVAL FARM*, GRESIK

SKRIPSI



Oleh :

FIRYAL SAIFANA NUR

18024010138

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2024**

**ANALISIS PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, INFLUENCER
MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DURIAN DI KING GOVAL FARM, GRESIK**

Oleh :

Firyal Saifana Nur
NPM : 18024010138

Telah diterima pada tanggal
10 Januari 2024

Telah disetujui oleh

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama


Ir. Sri Widayanti, MP


Dr. Dona Wahyuning Laily, SP., MP

NIP 19620106 199003 2001

NIP 20219830810234

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP

NIP 19620712 199103 2001

**ANALISIS PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, INFLUENCER
MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DURIAN DI KING GOVAL FARM, GRESIK**

Oleh :

Firyal Saifana Nur
NPM : 18024010138

Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada 19 Januari 2024

Telah disetujui oleh

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama


Ir. Sri Widayanti, MP

NIP 19620106 199003 2001


Dr. Dona Wahyuning Laily, SP., MP

NIP 20219830810234

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Wanti Mindari, MP
NIP 19631208 199003 2001


Dr. Ir. Nuriyah Yuliati, MP
NIP 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No. 17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme. Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul Analisis Pengaruh *Social Media Marketing, Influencer Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Durian Di King Goval Farm, Gresik.*

Menyatakan bahwa skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 19 Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Firyal Saifana Nur
NPM. 18024010138

ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *INFLUENCER MARKETING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DURIAN DI *KING GOVAL FARM*, GRESIK

Firyal Saifana Nur¹, Dona Wahyuning Lailly^{2*}, Sri Widayanti³

Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Co-author e-mail : dona.wahyuning.agribisnis@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Artikel ini membahas pengaruh pemasaran media sosial, pemasaran *influencer*, dan citra merek terhadap keputusan pembelian, dengan menggunakan studi kasus konsumen durian di *King Goval Farm* di Gresik. Perkembangan teknologi telah membawa perubahan dalam tren sosial dan perilaku konsumen. Media sosial telah menjadi alat yang populer untuk pemasaran dan komunikasi, dengan jumlah pengguna yang besar di Indonesia. Pemasaran *influencer* adalah metode yang melibatkan penggunaan individu yang memiliki pengaruh di antara segmen konsumen target untuk mempromosikan merek. Citra merek penting untuk membangun reputasi positif dan menarik konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk memahami karakteristik konsumen durian dan menganalisis dampak media sosial, pemasaran *influencer*, dan citra merek terhadap keputusan pembelian di *King Goval Farm*. Pemasaran media sosial menggunakan platform *online* untuk mempromosikan produk dan layanan. Pemasaran *influencer* melibatkan penggunaan ahli industri atau individu yang dipercaya untuk mempromosikan produk. Citra merek mewakili persepsi dan keyakinan konsumen tentang sebuah merek. Keputusan pembelian melibatkan berbagai faktor seperti apa yang akan dibeli, kapan akan membeli, di mana membeli, dan bagaimana membayar. Metodologi penelitian meliputi pengumpulan data dari konsumen durian di *King Goval Farm* di Gresik. Ukuran sampel ditentukan berdasarkan aturan analisis *Partial Least Squares* (PLS).

Kata kunci: *Social media marketing, Influencer marketing, Brand image, Keputusan Pembelian*

ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *INFLUENCER MARKETING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DURIAN DI *KING GOVAL FARM*, GRESIK

Firyal Saifana Nur¹, Dona Wahyuning Lailly^{2*}, Sri Widayanti³

Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Co-author e-mail : dona.wahyuning.agribisnis@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

This article discusses the impact of social media marketing, influencer marketing, and brand image on purchasing decisions, using a case study of durian consumers at King Goval Farm in Gresik. Technological advancements have brought about changes in social trends and consumer behavior. Social media has become a popular tool for marketing and communication, with a large user base in Indonesia. Influencer marketing is a method that involves the use of individuals who have influence among the target consumer segments to promote a brand. Brand image is crucial for building a positive reputation and attracting consumers. This research aims to understand the characteristics of durian consumers and analyze the effects of social media marketing, influencer marketing, and brand image on purchasing decisions at King Goval Farm. Social media marketing utilizes online platforms to promote products and services. Influencer marketing involves the use of industry experts or trusted individuals to endorse products. Brand image represents consumers' perceptions and beliefs about a brand. Purchasing decisions encompass various factors such as what to buy, when to buy, where to buy, and how to pay. The research methodology includes data collection from durian consumers at King Goval Farm in Gresik. The sample size is determined based on the Partial Least Squares (PLS) analysis guidelines.

Keywords: *Social media marketing; Influencer marketing; Brand image; Purchase decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh *Social media Marketing, Influencer marketing* Dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Durian Di *King Goval Farm*, Gresik”.

Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana Pertanian Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu wujud implementasi dari ilmu yang didapatkan selama masa perkuliahan. Penulis menyadari dalam menyusun skripsi ini tentu saja tidak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Dengan ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan serta ridhon-Nya kepada penulis.
2. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP selaku koordinator Program Studi Agribisnis S1 Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Seluruh dosen pengajar Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah banyak memberikan pengetahuan selama mengikuti perkuliahan.
6. Kedua orang tua yang telah banyak memberikan dukungan, do’a, semangat serta kasih sayang yang tulus dan tak terhingga sepanjang waktu.
7. Seluruh pihak yang telah berkontribusi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak agar dapat menyempurnakan skripsi ini.

Surabaya, Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	18
2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Pengujian Hipotesis	30

III. METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.2 Metode Penentuan Lokasi	31
3.3 Populasi dan Sampel	31
3.4 Metode Pengumpulan Data	33
3.6 Definisi Operasional dan Konsep Pengukuran.....	37
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum <i>King Goval Farm</i>	39
4.2 Karakteristik Konsumen Durian.....	41
4.3 Pengaruh Antar Variabel	58
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
2. 1	Penelitian Terdahulu	7
3. 1	Skala Likert	34
3. 2	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
4. 1	Jenis Produk King Goval Farm	40
4. 2	Pengelompokkan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4. 3	Pengelompokkan Responden Berdasarkan Usia Konsumen.....	42
4. 4	Pengelompokkan Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	44
4. 5	Responden Berdasarkan Informasi Yang Didapat	45
4. 6	Responden Berdasarkan Jarak Tempat Tinggal	45
4. 7	Responden Berdasarkan Produk Yang Dibeli.....	47
4. 8	Responden Berdasarkan <i>Media Social</i> Yang Digunakan.....	48
4. 9	Skor Kuesioner Variabel <i>Social media Marketing</i> (X1)	49
4. 10	Skor Kuesioner Variabel <i>Influencer marketing</i> (X2).....	51
4. 11	Skor Kuesioner Variabel <i>Brand image</i> (X3).....	54
4. 12	Skor Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)	56
4. 13	Nilai <i>Convergent Validity</i>	59
4. 14	Nilai <i>Cross Loading</i>	61
4. 15	<i>Fornell-Larcker Criterion</i>	62
4. 16	Nilai <i>Composite reliability</i> dan <i>Cronbach's alpha</i>	62
4. 17	Nilai <i>R-Square</i>	65
4. 18	Nilai <i>Q-Square</i>	66
4. 19	Hasil Pengujian Hipotesis	67

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1. 1	Tampilan Akun <i>Instagram King Goval Farm</i>	2
1. 2	Konten <i>Influencer</i> Populer Berdasarkan Industri di Indonesia.....	3
1. 3	Logo <i>King Goval Farm</i>	4
2. 1	Kerangka Pemikiran.....	29
2. 2	Model Penelitian	30
4. 1	Durian <i>King Goval Farm</i>	40
4. 2	Diagram Jalur Permodelan PLS	60
4. 3	Model Struktural Penelitian	63

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	91
2.	Tabulasi Variabel	95
3.	Hasil Analisis <i>Smart PLS</i>	99