

**ANALISIS PERSEPSI KUALITAS DAN REVIEW INFLUENCER
TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK “BUTTONSCARVES”
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan oleh:

DEVI CLAUDIA VANESSA JORGER

20012010293/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2024

**ANALISIS PERSEPSI KUALITAS DAN REVIEW INFLUENCER
TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK “BUTTONSCARVES”
DI KOTA SURABAYA**

SKRISPI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Untuk
Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen



Diajukan oleh:

DEVI CLAUDIA VANESSA JORGER

20012010293/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2024

SKRIPSI

ANALISIS PERSEPSI KUALITAS DAN *REVIEW INFLUENCER*
TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK "BUTTONSCARVES" DI
KOTA SURABAYA

Disusun Oleh :


DEVI CLAUDIA VANESSA JORGER
20012010293/FEB/EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa
Timur
Pada : 12 September 2024

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing Utama


Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003


Dr. Sugeng Purwanto S.E., M.Si
NIP. 196801081989031001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Aks., CMA., CRA., CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devi Claudia Vanessa Jorger

NPM : 20012010293

Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis /
Manajemen

Judul Skripsi/Tugas Akhir : Analisis Persepsi Kualitas Dan
Review Influencer Terhadap Minat Beli Pada Produk
"Buttons scarves" Di Kota Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apa pun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 12 September 2024

Yang Menyatakan



(Devi Claudia Vanessa Jorger)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan anugrah Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “ Persepsi Kualitas Dan *Review Influencer* Terhadap Minat Beli Pada Produk Buttonsarves Di Kota Suarabaya “ disusun untuk memenuhi salah satu syarat mempereoleh gelar Sarjana Manajemen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Persepsi Kualitas dan *Review Influencer* dalam konteks minat beli tpada produk Buttonsarves di kota Surabaya. Penulis ini berharap bahwa temuan penelitian ini akan meningkatkan pengetahuan.

Tentunya tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan rasa hormat penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang sudah memberi dukungan dan membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini. Penulis ingin mengungkapkan penghargaan yang paling mendalam kepada semua orang yang telah mengungkapkan penghargaan yang paling mendalam kepada semua orang yang telah membantu dengan cara apapun. Penulis ucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. Selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, Msi, CRP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Dr. Wiwik Handayani. S.E., M.Si Selaku Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing yang membimbing penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini. Memberikan saran dan solusi untuk memudahkan penulis menyelesaikan penulis menyelesaikan skripsi ini.
5. Papa dan Mama, serta kakak selaku orang tua penulis yang selalu mendukung dan memberikan semangat, serta doa baik kepada penulis. Sekaligus sebagai hadiah pembuktian penulis terhadap keluarga inti, atas keberhasilan mendidik dan perjuangan untuk penulis bisa mendapatkan gelar sarjana.
6. Saudari Nadhifa selaku sahabat terbaik saya yang selalu memberikan semangat dan menemani saya disaat mengerjakan proposal ini.
7. Saudara Agis selaku support system saya menemani saya mengerjakan serta mencari referensi saat membuat dan mengerjakan proposal
8. Saudari Elysabeth, annisa, bella yang turut membantu saya memberikan semangat dan dukungan.
9. Saudara Lutfi, Nabil, Yudha, Verol, Agam, Dirga, Raffi, Daffa yang memberikan dukungan dan saling berbagi serta saling menghibur.

Atas dukungan dari semua pihak, akhirnya proposal skripsi penulis dapat diselesaikan. Karya Tulis ini masi jauh dari kesempurnaan, tetapi penulis sudah berusaha sebaik mungkin. Penulis mengharapkan adanya kritik serta saran yang membangun agar dapat diperbaiki di masa mendatang. Sekali lagi penulis ucapkan

terimakasih. Akhir kata penulis, semoga karya tulis ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 01 Mei 2024

Peneliti
Devi Claudia Vanessa Jorger

DAFTAR ISI

DI KOTA SURABAYA	ii
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I.....	ix
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Tinjauan Teori.....	19
2.2.1 Persepsi Kualitas	19
2.2.2 Review Influencer	22
2.2.3 Minat Beli.....	23
2.2.3.1 Pengertian Minat Beli	23
2.2.3.2 Indikator Minat Beli.....	23
2.3 Hubungan Antar Variabel	24
2.3.1 Hubungan antara Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli.....	24
2.3.2 Hubungan antara <i>Review Influencer</i> terhadap Minat Beli	24
2.4 Kerangka Konseptual	25
2.5 Hipotesis.....	25
BAB III.....	26
METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	26

3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	30
3.2.1 Populasi.....	30
3.2.2 Sampel.....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3.1 Jenis data.....	32
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	33
BAB IV.....	38
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	38
4.1.1 Profil Perusahaan.....	38
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	39
4.1.3 Logo Perusahaan.....	39
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	39
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Penelitian.....	39
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.2.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	40
4.2.1.3 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	41
4.2.2 Deskripsi Penelitian.....	41
4.2.2.1 Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas (X1).....	42
4.2.2.2 Deskripsi Variabel Review Influencer (X2).....	45
4.2.2.3 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y).....	47
4.3 Analisis Data.....	48
4.3.1 Hasil Interpretasi PLS.....	48
4.3.3.1 Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator).....	48
4.3.3.2 Gambar Outer Model.....	54
4.3.3.2 Inner Model (Pengujian Model Struktural).....	55
4.3.3.4 Pengujian Hipotesis.....	57
4.4 Pembahasan.....	59
4.4.1 Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli.....	59
4.4.2 Pengaruh <i>Review Influencer</i> terhadap Minat Beli.....	60
BAB V.....	62

KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	71
Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	77
Outer Loadings.....	77
Latent Variable Correlations	78
R Square	78
Cross Loading	78
Construct Reliability and Validity	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Brand Hijab Terkenal Di Indonesia	7
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	40
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	41
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas	42
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas.....	45
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas.....	47
Tabel 4. 7 Tabel Outer Loadings.....	49
Tabel 4. 8 Tabel Cross Loadings.....	51
Tabel 4. 9 Average variance extracted.....	52
Tabel 4. 10 Composite Reability.....	53
Tabel 4. 11 Latent Variable Correlation	53
Tabel 4. 12 R-square	56
Tabel 4. 13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tingkatan Jenis Influencer	5
Gambar 1. 2 Influencer yang mempromosikan Buttonsscarves	9
Gambar 1. 3 Hasil Pra-survei Responden	11
Gambar 1. 4 Hasil Pra-survei Responden	12
Gambar 1. 5 Hasil Pra-survei Responden	12
Gambar 1. 6 Hasil Pra-survei Responden	13
Gambar 1. 7 Hasil Pra-survei Responden	13
Gambar 1. 8 Hasil Pra-survei Responden	14
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 3. 1 Diagram PLS	34
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan Buttonsscarves.....	39
Gambar 4. 2 Outer Model factor loading, Path Coefficient dan R-Square	55
Gambar 4. 3 Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstraping	58

ANALISIS PERSEPSI KUALITAS DAN *REVIEW INFLUENCER*
TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK “BUTTONSCARVES” DI
KOTA SURABAYA

Oleh :

DEVI CLAUDIA VANESSA JORGER

20012010293/FEB/EM

ABSTRAK

Negara Indonesia dengan populasi sebesar 265.4 juta jiwa merupakan angka yang cukup tinggi dan Indonesia menjadi konsumen fashion muslim terbesar ketiga di dunia. Salah satu merek busana muslim khususnya hijab yang diminati oleh masyarakat Indonesia yaitu Buttonscarves. Buttonscarves berdiri pada tahun 2016 dan menjadi salah satu merek hijab *fashion* yang paling digemari masyarakat Indonesia walaupun memiliki harga yang terbilang cukup mahal.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui persepsi kualitas dan *review influencer* terhadap minat beli pada produk Buttonscarves di kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 105 responden masyarakat Surabaya yang mengetahui produk Buttonscarves.

Seluruh pengujian dengan menggunakan Aplikasi SmartPLS menunjukkan bahwa seluruh pengujian mendapatkan nilai diatas nilai yang telah diprasyaratkan agar pengujian tersebut dinyatakan reliable. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif, analisis data berupa statistic deskriptif dan analisis PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kualitas berkontribusi dalam minat pembelian produk Buttonscarves pada masyarakat di Surabaya. Kemudian pada *Review Influencer* berkontribusi dalam Minat pembelian produk Buttonscarves di Surabaya.