

**PENGARUH PAPARAN *INFLUENCER* ARIEF MUHAMMAD
TERHADAP NIAT BELI DENGAN *DESIRE TO MIMIC* DAN
MATERIALISME SEBAGAI MEDIASI**



Disusun Oleh:

Farel Ryan Laksana

200325533

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA**

2024

**PENGARUH PAPARAN *INFLUENCER* ARIEF MUHAMMAD
TERHADAP NIAT BELI DENGAN *DESIRE TO MIMIC* DAN
MATERIALISME SEBAGAI MEDIASI**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas
Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun Oleh:

Farel Ryan Laksmana

200325533

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA**

2024

Lembar Pengesahan Skripsi

Skripsi

PENGARUH PAPARAN *INFLUENCER* ARIEF MUHAMMAD
TERHADAP NIAT BELI DENGAN *DESIRE TO MIMIC* DAN
MATERIALISME SEBAGAI MEDIASI

Disusun oleh:

Farel Ryan Laksana

NPM: 200325533

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Api Adyantari S.A., M.B.A.

15 Agustus 2024

Skripsi

**PENGARUH PAPARAN *INFLUENCER* ARIEF MUHAMMAD
TERHADAP NIAT BELI DENGAN *DESIRE TO MIMIC* DAN
MATERIALISME SEBAGAI MEDIASI**

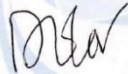
Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Farel Ryan Laksana
NPM: 200325533

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 06 September 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

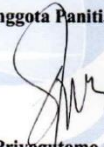
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Elisabet Dita Septiari, S.E., M.Sc., PhD

Anggota Panitia Penguji



Jarot Priyogutomo C,Drs,M.B.A.



Api Adyantari, S.A., M.B.A.

Yogyakarta, September 2024
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu Novianindra Krisjanti, S.E., M.Sc.Ib., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Pengaruh Paparan Influencer Arief Muhammad Terhadap Niat Beli

Dengan *Desire to Mimic* dan Materialisme Sebagai Mediasi

Segala hasil, isi dan gagasan dalam skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Saya telah secara tertulis mencantumkan referensi bersumber dari tulisan atau ide orang lain yang saya gunakan pada skripsi ini dalam daftar pustaka. Jika di masa mendatang terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruh dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta akan dinyatakan tidak sah dan saya akan mengembalikannya kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Agustus 2024

Yang menyatakan



Farel Ryan Laksmna

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat dan anugerah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Paparan Influencer Arief Muhammad Terhadap Niat Beli Dengan *Desire to Mimic* dan Materialisme Sebagai Mediasi” ini dengan baik dan lancar. Skripsi ini disusun dengan tujuan memenuhi syarat lulus dan mendapatkan gelar Sarjana Manajemen bagi penulis yang berkuliah di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Segala proses penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan lancar tentu saja berkat dukungan, doa, serta dorongan dari berbagai pihak. Penulis ingin memberikan ucapan terima kasih serta penghormatan kepada pihak-pihak yang turut serta berperan dalam memberikan dukungan, doa, serta motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat yang melimpah dan kasih karunia-Nya yang senantiasa menyertai penulis.
2. Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang selama ini menjadi tempat bagi penulis untuk mendapatkan pengalaman baru dan dapat berkembang serta menjunjung tinggi nilai unggul, inklusif, integritas, serta humanis.
3. Ibu Api Adyantari S.A, M.BA., selaku dosen pembimbing skripsi yang berkenan untuk meluangkan waktu membimbing, mendampingi, dan memberikan masukan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

4. Keluarga penulis: Mama, Papa, dan Kakak yang telah memberikan dukungan moral maupun material, motivasi, dan dukungan doa bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Keluarga CT: Antony, Brian, Fellysia, Hansen, Kevin, Nicho, Robet, Ruping, Sasa yang telah menjadi keluarga dan tempat pulang disetiap masalah yang penulis hadapi dan menjadi sumber kebahagiaan bagi penulis, serta Pak Sulis yang telah menjadi bapak kos yang sabar dan perhatian bagi penulis.
6. Keluarga Chu-chu Akong: Anton, Robet, Melissa Merlin, dan Kevin, yang telah memberikan kebahagiaan, pengalaman baru dan mencoba hal baru bersama sama.
7. Teman-teman jauh: Alex yang telah menjadi teman penulis semenjak masa SD hingga saat ini, dan selalu berbagi cerita sedih maupun senang, dan telah memberikan kebahagiaan, perhatian, rasa aman, pengalaman baru, mengajarkan penulis untuk selalu berpegang teguh kepada Tuhan, dan memenuhi hal yang hilang dan tidak didapatkan dalam diri penulis.
8. Diri penulis sendiri, yang telah bertahan dan menyelesaikan skripsi ini walaupun banyak kendala dan halangan yang terjadi yang menghambat proses penulisan skripsi ini.
9. Pihak lainnya, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan hiburan, dukungan dan semangat bagi penulis selama kuliah dan menyelesaikan skripsi.

Semoga Tuhan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Pada akhirnya skripsi ini dapat penulis

selesaikan dengan baik, dan penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun, serta dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca.

Yogyakarta, 15 Agustus 2024

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Farel Ryan Laksana', with a stylized, cursive script.

Farel Ryan Laksana

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan Skripsi	i
PERNYATAAN	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Batasan Masalah	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Paparan <i>Influencer</i>	11
2.1.2 <i>Niat Beli</i>	12
2.1.3 <i>Desire To Mimic</i>	12
2.1.4 Materialisme	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Pengembangan Hipotesis	17
2.3.1 Hubungan Antara <i>Paparan Influencer</i> Dengan <i>Niat Beli</i>	17
2.3.2 Hubungan Antara Paparan <i>Influencer</i> Dengan <i>Desire To Mimic</i>	18
2.3.3 Hubungan antara <i>desire to mimic</i> dengan niat beli	18
2.3.4 Hubungan Antara Materialisme Dengan <i>Niat Beli</i>	19
2.3.5 Hubungan Antara Paparan <i>Influencer</i> Dengan Materialisme	20
2.3.6 Hubungan Antara Materialisme Dalam Memediasi Hubungan Paparan <i>Influencer</i> Dengan <i>Niat Beli</i>	20
2.3.7 Hubungan Antara <i>Desire To Mimic</i> Dalam Memdiiasi Hubungan Paparan <i>Influencer</i> Dengan <i>Niat Beli</i>	21
2.1 Kerangka Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian	23

3.2	Metode Pengumpulan Data.....	23
3.3	Metode Pengukuran Data.....	23
3.4	Teknik Pengambilan Sampel	24
3.4.1	Populasi.....	24
3.4.2	Sampel.....	24
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	24
3.6	Metode Pengujian Instrumen	29
3.6.1	Analisis Validitas	29
3.6.2	Analisis Reliabilitas	30
3.7	Metode Analisis Data.....	30
3.7.1	Analisis Deskriptif	30
3.7.2	Analisis <i>Outer Model</i>	31
3.7.3	Analisis <i>Inner Model</i>	32
3.7.4	Uji Variabel Mediasi	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Desain Penelitian	36
4.1.1	Hasil Pertanyaan Filter.....	36
4.1.2	Hasil Demografi Responden	38
4.2	Uji Statistika Deskriptif.....	40
4.3	Analisis SEM-PLS.....	43
4.3.1	Merancang Model Struktur	43
4.3.2	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	44
4.3.3	Evaluasi <i>Outer Model</i>	46
4.3.3.1	Uji Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>)	47
4.3.3.2	Uji Validitas Konvergen Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	49
4.3.3.3	Evaluasi Uji Reliabilitas	51
4.3.4	Evaluasi <i>Inner Model</i>	52
4.3.4.1	Uji <i>R-Square Adjusted</i>	52
4.3.4.2	Uji <i>F-Square</i>	53
4.3.5	Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	54
4.3.5.1	Paparan Influencer memiliki pengaruh positif pada Niat Beli.....	55
4.3.5.2	Paparan <i>Influencer</i> memiliki pengaruh positif pada <i>Desire to Mimic</i>	55
4.3.5.3	<i>Desire to Mimic</i> memiliki pengaruh positif pada Niat Beli	55
4.3.5.4	Materialisme memiliki pengaruh positif pada niat beli	55
4.3.5.5	Paparan <i>influencer</i> memiliki pengaruh positif pada materialisme	56
4.3.6	Hipotesis Uji Mediasi.....	56

4.3.6.1	Materialisme secara positif memediasi pengaruh antara paparan <i>influencer</i> dan niat beli.....	57
4.3.6.2	<i>Desire to Mimic</i> secara positif memediasi pengaruh antara paparan <i>influencer</i> dan niat beli.....	58
4.3.7	Pembahasan Hipotesis Secara Langsung.....	59
4.3.7.1	Paparan <i>influencer</i> memiliki pengaruh positif terhadap niat beli	59
4.3.7.2	Paparan <i>influencer</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>desire to mimic</i>	60
4.3.7.3	<i>Desire to mimic</i> memiliki pengaruh positif terhadap Niat Beli	60
4.3.7.4	Materialisme memiliki pengaruh positif terhadap Niat Beli.....	61
4.3.7.5	Paparan <i>influencer</i> memiliki pengaruh positif terhadap materialisme....	61
4.3.8	Pembahasan Hipotesis Secara Tidak Langsung.....	62
4.3.8.1	Materialisme secara signifikan memediasi pengaruh antara paparan <i>influencer</i> dan niat beli.....	62
4.3.8.2	<i>Desire to mimic</i> secara positif memediasi pengaruh antara paparan <i>influencer</i> dan niat beli.....	63
BAB V PENUTUP		64
5.1	Kesimpulan	64
5.2	Implikasi Manajerial	65
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	67
5.4	Saran Penelitian Kedepan	68
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN		74
Lampiran 1.1	Surat Pengantar.....	74
Lampiran 1.2	Pertanyaan Kuesioner	75
Lampiran 1.3	Lampiran Google Form	78
Lampiran 1.4	Hasil Pengisian Responden	91
Lampiran 1.5	Hasil Olah Data Smart-PLS.....	126
Lampiran 1.6	Struktur Kerangka SEM-PLS	128
Lampiran 1.7	Jurnal Acuan.....	130

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Tabel Variabel Operasional Paparan <i>Influencer</i>	25
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Desire to Mimic	26
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Materialisme	26
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Niat Beli	27
Tabel 3. 5 Tabel Interval	31
Tabel 4. 1 Jumlah Responden Yang Memiliki Instagram.....	36
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Yang Mengenali/Mengetahui Influencer Bernama Arief Muhammad	37
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Yang Pernah Melihat Konten Arief Muhammad Pada Instagram	37
Tabel 4. 4 Karakteristik Demografi Responden.....	38
Tabel 4. 5 Hasil Statistik Variabel Paparan <i>Influencer</i>	40
Tabel 4. 6 Hasil Statistik Variabel <i>Desire to Mimic</i>	41
Tabel 4. 7 Hasil Statistik Variabel Materialisme	42
Tabel 4. 8 Hasil Statistik Variabel Niat Beli	43
Tabel 4. 9 Indikator Variabel	44
Tabel 4. 10 Nilai Outer (Loading Factors) PLS-SEM	47
Tabel 4. 11	49
Tabel 4. 12 Nilai <i>Cross Loading</i>	49
Tabel 4. 13 Nilai <i>Fornell-Lacker Criterion</i>	51
Tabel 4. 14 Nilai <i>Contruct Reliability</i>	51
Tabel 4. 15 Nilai R-Square Adjusted	53
Tabel 4. 16 Nilai F-Square	53
Tabel 4. 17 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	54
Tabel 4. 18 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	56
Tabel 4. 19 Hasil Analisis Mediasi Materialisme	57
Tabel 4. 20 Hasil Analisis Mediasi Desire to Mimic	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Social Media Users vs. Total Population</i>	1
Gambar 1. 2 <i>Overview of Social Media Use</i>	2
Gambar 1. 3 Instagram Arief Muhammad	3
Gambar 1. 4 Bisnis yang dimiliki oleh Arief Muhammad.....	4
Gambar 3. 1 Pohon Keputusan (Decision Tree) Untuk Membentuk dan Memahami Jenis-Jenis Mediasi dan Non Mediasi.....	35
Gambar 4. 1 Model Struktural PLS-SEM.....	44
Gambar 4. 3 Model Struktural PLS Alogarithm Sumber: SmartPLS 4 (Diakses pada 2024).....	47
Gambar 4. 4 Model Struktural PLS Alogarithm Sumber: SmartPLS 4 (Diakses pada 2024).....	52
Gambar 4. 5 Pengaruh Paparan Influencer terhadap Niat Beli dengan Materialisme sebagai Mediasi.....	57
Gambar 4. 6 Pengaruh Paparan <i>Influencer</i> terhadap Niat Beli Dengan <i>Desire to Mimic</i> sebagai Mediasi.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN.....	74
Lampiran 1.1 Surat Pengantar.....	74
Lampiran 1.2 Pertanyaan Kuesioner	75
Lampiran 1.3 Lampiran Google Form	78
Lampiran 1.4 Hasil Pengisian Responden	91
Lampiran 1.5 Hasil Olah Data Smart-PLS.....	126
Lampiran 1.6 Struktur Kerangka SEM-PLS	128
Lampiran 1.7 Jurnal Acuan.....	130

**PENGARUH PAPARAN INFLUENCER ARIEF MUHAMMAD
TERHADAP NIAT BELI DENGAN DESIRE TO MIMIC DAN
MATERIALISME SEBAGAI MEDIASI**

**Disusun Oleh:
Farel Ryan Laksmna**

**Dosen Pembimbing:
Api Adyantari, S.A., M.B.A.**

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas
Atma Jaya Yogyakarta
Jalan Babarsari 43-33, Yogyakarta**

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif untuk menguji pengaruh paparan *influencer* terhadap niat beli dengan mediasi oleh *desire to mimic* dan materialisme pada *Influencer* Arief Muhammad. Menggunakan data primer dan sekunder. Total keseluruhan responden dalam penelitian ini sebanyak 196 responden, namun hanya 188 responden yang berhasil memenuhi kriteria penelitian. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan skala *likert* 7 poin dengan menggunakan platform Google Form sebagai media kuesioner yang selanjutnya disebarluaskan melalui sosial media. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan menggunakan software *Partial Least Square (Smart PLS)*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel paparan *influencer* berpengaruh signifikan terhadap niat beli, *desire to mimic*, dan materialisme. Hasil dari *desire to mimic* dan materialisme terhadap niat beli juga berpengaruh signifikan. Selain itu, hasil dari *desire to mimic* dan materialisme dalam memediasi antara paparan *influencer* dan niat beli berpengaruh secara signifikan.

Kata Kunci: Arief Muhammad, Paparan *Influencer*, *Desire to Mimic*, Materialisme, Niat Beli