

**PENGARUH ULASAN KONSUMEN *ONLINE*, IKLAN MEDIA SOSIAL,
DAN DUKUNGAN *INFLUENCER* TERHADAP NIAT BELI
PRODUK ERIGO**

**Skripsi
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:
Edmund Ranu Noveriansa
210326129**

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

2025

**PENGARUH ULASAN KONSUMEN *ONLINE*, IKLAN MEDIA SOSIAL,
DAN DUKUNGAN *INFLUENCER* TERHADAP NIAT BELI
PRODUK ERIGO**

**Skripsi
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:
Edmund Ranu Noveriansa
210326129**

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

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi

**PENGARUH ULASAN KONSUMEN ONLINE, IKLAN MEDIA SOSIAL,
DAN DUKUNGAN INFLUENCER TERHADAP NIAT BELI
PRODUK ERIGO**

Disusun Oleh :

Edmund Ranu Noveriansa

210326129

Telah dibaca dan disetujui

Yogyakarta, 10 Juni 2025

Pembimbing



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph. D.

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH ULASAN KONSUMEN ONLINE, IKLAN MEDIA SOSIAL,
DAN DUKUNGAN INFLUENCER TERHADAP NIAT BELI PRODUK
ERIGO**

Yang dipersembahkan dan disusun oleh :

Edmund Ranu Noveriansa

NPM : 210326129

Telah dipertahankan didepan Panitia Penguji

Pada tanggal 01 Juli 2025

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


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph. D.

Anggota Panitia Penguji


Debra Wintriarsi Handoko,
SE., MM., M.Sc


Oscar Chrismadian Noventa,
SE., M.Sc

Yogyakarta

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN HASIL KARYA ASLI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH ULASAN KONSUMEN *ONLINE*, IKLAN MEDIA SOSIAL,
DAN DUKUNGAN INFLUENCER TERHADAP NIAT BELI PRODUK
ERIGO**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau keseluruhan dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 12 Juni 2025

Yang menyatakan,



Edmund Ranu Noveriansa

**PENGARUH ULASAN KONSUMEN ONLINE, IKLAN MEDIA SOSIAL,
DAN DUKUNGAN *INFLUENCER* TERHADAP NIAT BELI PRODUK**

ERIGO

Disusun oleh :

Edmund Ranu Noveriansa

NPM : 210326129

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ulasan konsumen online, iklan media sosial, dan dukungan *influencer* terhadap niat beli konsumen terhadap produk Erigo, merek fesyen lokal Indonesia. Latar belakang penelitian ini adalah maraknya penggunaan media sosial dan e-commerce dalam perilaku konsumsi masyarakat, yang mendorong pelaku usaha seperti Erigo untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei terhadap 204 responden di Yogyakarta yang pernah membeli atau mengenal produk Erigo, data dianalisis dengan SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, statistik deskriptif, dan regresi linear berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, dengan dukungan *influencer* sebagai faktor paling dominan, disusul oleh iklan media sosial dan ulasan konsumen online. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi pemasaran digital berbasis konten ulasan, promosi media sosial, dan kolaborasi dengan *influencer* untuk meningkatkan minat beli terhadap produk lokal, serta memberikan panduan praktis bagi pelaku usaha dalam menyusun strategi promosi yang efektif.

Kata kunci: ulasan konsumen online, iklan media sosial, dukungan *influencer*, niat beli, Erigo.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH ULASAN KONSUMEN ONLINE, IKLAN MEDIA SOSIAL, DAN DUKUNGAN INFLUENCER TERHADAP NIAT BELI NIAT PRODUK ERIGO”**. Tujuan dari penulisan skripsi ini dilalukan sebagai salah satu pemenuhan dalam syarat kelulusan jenjang pendidikan S-1 Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Adapun dalam proses penyelesaian skripsi ini penulis mendapatkan banyak bimbingan, kritik, saran, serta motivasi dari beberapa pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu mendampingi penulis selama pengerjaan skripsi dan selalu membantu secara tidak langsung melalui orang – orang disekitar penulis.
2. Edmund Ranu Noveriansa penulis sendiri yang bisa melawan rasa malas dan bertekad untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen pembimbing Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. Yang selalu berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan masukan saran dari awal hingga akhir pengerjaan skripsi.
4. Bapak, Ibu, dan Mba Melati yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan motivasi hingga selesainya skripsi ini.

5. Orang kesayangan penulis, Anastasia Sophie W. yang senantiasa memberikan saran, masukan, dan motivasi setiap saat hingga skripsi ini selesai.
6. Orang-orang terdekat penulis, Ci Melia, Martin, dan Meli yang telah berjuang bersama, memberikan saran, dan masukan hingga skripsi ini selesai.
7. Keluarga di Bolawen, khususnya Mas Dion yang telah memberikan masukan dan saran tentang isi skripsi penulis hingga selesainya skripsi ini.
8. Teman lainnya serta seluruh pihak dengan tanpa mengurangi rasa hormat yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.

Saya berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa membalas kebaikan dengan memberikan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah membantu hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu dengan segenap kerendahan hati, penulis berharap seluruh kekurangan yang ada dalam skripsi ini dapat dijadikan bahan pembelajaran untuk penelitian yang lebih baik pada masa yang akan datang.

DAFTAR ISI

COVER JUDUL	i
JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR TABEL	13
DAFTAR LAMPIRAN	14
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang	15
1.2 Rumusan Masalah	22
1.3 Tujuan Penelitian	22
1.4 Manfaat Penelitian	23
1.5 Sistematika Penulisan	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Landasan Teori	25
2.2 Ulasan Konsumen <i>Online</i>	30
2.3 Iklan Media Sosial	31
2.4 Dukungan <i>Influencer</i>	33
2.5 Niat Beli	34

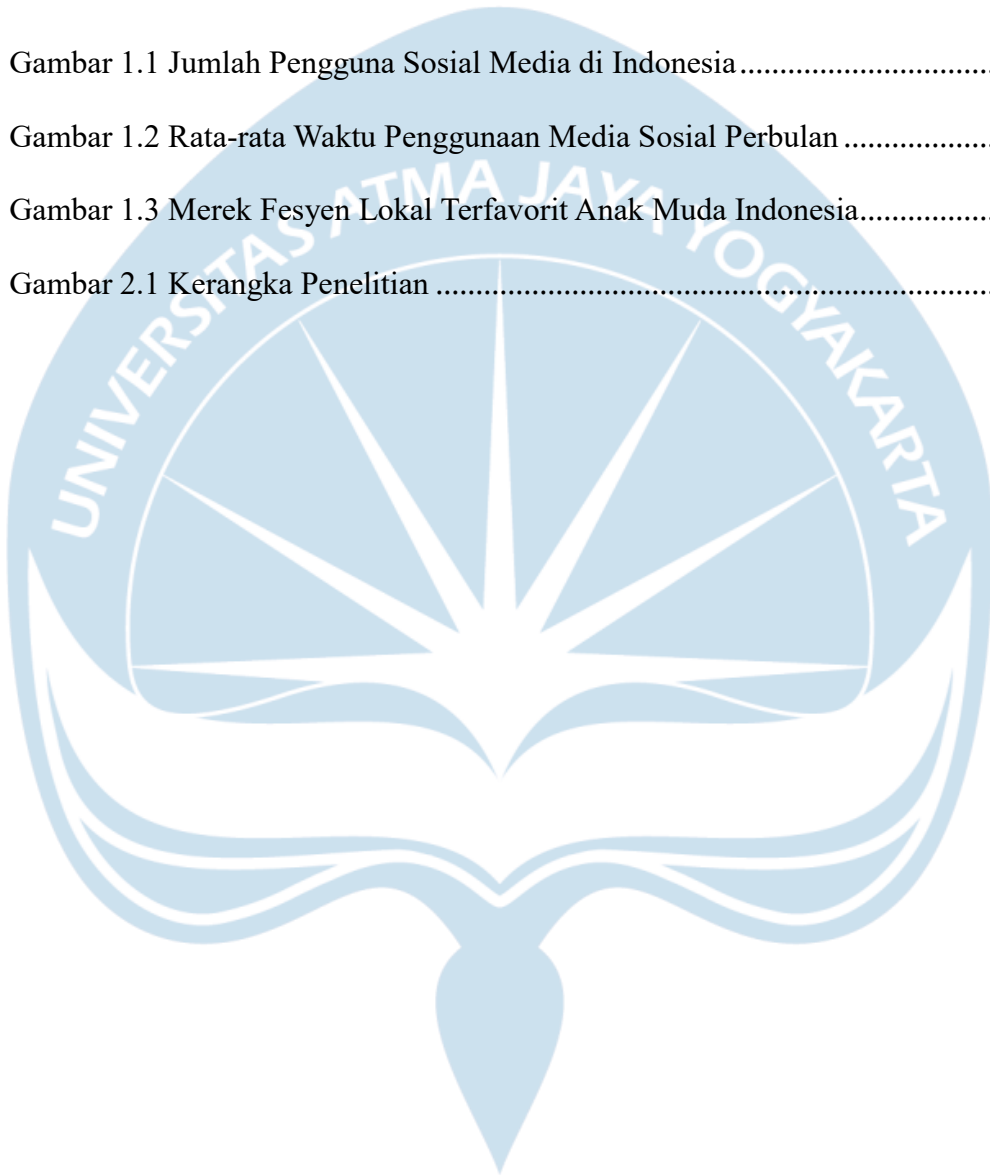
2.6	Penelitian Terdahulu.....	36
2.7	Pengembangan Hipotesis	47
2.8	Kerangka Penelitian	53
BAB III	METODE PENELITIAN	54
3.1	Jenis Penelitian.....	54
3.2	Objek dan Subjek Penelitian.....	54
3.3	Populasi dan Sampel	55
3.4	Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data	56
3.5	Metode Pengukuran data.....	57
3.6	Definisi Operasional Variabel	59
3.7	Metode Pengujian Instrumen: Validitas dan Realibilitas	64
3.8	Metode Analisis Data	65
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1	Pendahuluan	66
4.2	Deskripsi Responden.....	66
4.3	Hasil Analisis Data	71
4.4	Pembahasan.....	84
BAB V	PENUTUP	90
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Implikasi Manajerial	92
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	94
5.4	Saran Penelitian Kedepan	96
	DAFTAR PUSTAKA	98

LAMPIRAN.....	102
---------------	-----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Sosial Media di Indonesia.....	15
Gambar 1.2 Rata-rata Waktu Penggunaan Media Sosial Perbulan	16
Gambar 1.3 Merek Fesyen Lokal Terfavorit Anak Muda Indonesia.....	20
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	53



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Skor Jawaban Kuesioner	58
Tabel 4.1 Profil Responden berdasarkan Kelamin	67
Tabel 4.2 Profil Responden berdasarkan Pendidikan	68
Tabel 4.3 Profil Responden berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4.4 Profil Responden berdasarkan Usia	70
Tabel 4.5 Media Sosial yang Sering Digunakan	71
Tabel 4.6 Uji Validitas	74
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	76
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif	77
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lampiran Kuesioner	102
Lampiran 2. Jawaban Pertanyaan.....	92
Lampiran 3. Lampiran Hasil Pengolahan Data	102
Lampiran 4. Jurnal Utama.....	110

