



**PENGARUH INFORMASI *INFLUENCER* MARKETING,
KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN DALAM
MENGAMBIL KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN
(STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN MIE GACOAN MERR
SURABAYA)**

SKRIPSI

Di ajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1

Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Widya Kartika

Oleh :

FRISCA AGUSTIN

NRP : 11119053

PEMBIMBING :

Dr. Erna Ferrinadewi, S.E.,M.M

NIP. 0719017601

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA
SURABAYA**

2023

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Frisca Agustin

Skripsi

Pengaruh Informasi *Influencer* Marketing, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dalam mengambil Keputusan Pembelian.

(Studi Empiris pada Customer Mie Gacoan Merr Surabaya)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: pengaruh Informasi *Influencer Marketing* terhadap keputusan pembelian konsumen Mie Gacoan Merr Surabaya. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Mie Gacoan Merr Surabaya. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Mie Gacoan Merr Surabaya. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dengan teknik pengumpulan data menggunakan Kuisisioner. Sampel yang diambil terdiri dari 80 responden yang telah mengkonsumsi Mie Gacoan di Merr Surabaya. Teknik analisis dalam penelitian ini hanya menggunakan metode Analisis Regresi Linier Berganda, menggunakan SPSS versi 23 untuk pengolahan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Informasi *Influencer Marketing*, kualitas Produk, dan kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

Kata kunci: *Influencer* Marketing, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

The logo for Universitas Widya Kartika (UWIKKA) is displayed in a large, light blue, sans-serif font. The letters are bold and spaced out, with a slight shadow effect. The logo is centered at the bottom of the page.

ABSTRACT

Student Name : Frisca Agustin

Thesis

The Effect of Information Marketing Influence, Quality Product and service Quality on Purchasing Decision of Gacoan Noodles.

(Empirical Study on Customer's of Gacoan Noodles in Merr Surabaya)

This study aims to determine: the effect of Influencer Marketing Information on consumer purchasing decisions of Gacoan Noodles in Merr Surabaya. The influence of product quality on consumer decisions to buy Gacoan Noodles in Merr Surabaya. The effect of service quality on consumer decisions to buy Gacoan noodles in Merr Surabaya. This research uses primary data sources with data collection techniques using questionnaires. The sample taken consisted of 80 respondents who had consumed Mie Gacoan at Merr Surabaya. The analysis technique in this study only uses the Multiple Linear Regression Analysis method, using SPSS version 23 for data processing. The results of this study indicate that Influencer Marketing information, product quality, and service quality have a positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Influencer Marketing, Product Quality, Service Quality, Purchase Decision

UWIKKA

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI DAFTAR TABEL	ii
BERITA ACARA PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN SIDANG AKHIR SKRIPSI PERIODE 2022-2023	iv
ABSTRAKK	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.1.1 Nopita (2016) di Bandar Lampung.....	8
2.1.2 Bintang Harum Kusuma (2015) di Surakarta	8
2.1.3 Derya Ozturk (2016) di Truki.....	8
2.1.4 Davin Joshua dan Metta Padmalia (2016)	9
2.1.5 Anugrah Janwar Tunis dan Sopa Martina (2016)	10
2.2 Persamaan Penelitian	14
2.3 Landasan Teori.....	14
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	14
2.3.2 Pengertian <i>Influencer Marketing</i>	17
2.3.2.1 Konsep 4M <i>Influencer Marketing</i>	18
2.3.3 Pengertian Kualitas Produk.....	19
2.3.3.1 Konsep Kualitas Produk.....	20
2.3.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	21
2.3.4 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	21
2.3.4.1 Prinsip Kualitas Pelayanan.....	23
2.3.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	24

2.4 Kerangka Berpikir	26
2.5 Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Sumber dan Jenis Data	29
3.3 Objek dan Lokasi Penelitian	30
3.4 Teknik Pengambilan Data	31
3.5 Populasi dan Sampel	31
3.5.1 Populasi.....	31
3.5.2 Sampel.....	31
3.6 Variabel dan Definisi Operasional Variable	32
3.6.1 Variabel Dependen.....	32
3.6.2 Variabel Independen.....	33
3.7 Pengukuran Indikator Variabel	33
3.7.1 Indikator Variabel <i>Influencer Marketing</i>	33
3.7.2 Indikator Kualitas Produk	34
3.7.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....	34
3.8 Teknik Analisa Data.....	35
3.8.1 Uji Instrumen.....	35
3.8.1.1 Uji Validitas.....	35
3.8.1.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.8.2.1 Uji Normalitas.....	36
3.8.2.2 Uji Multikolinieritas.....	36
3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.8.3 Analisis Regresi Berganda	37
3.8.3.1 Uji Hipotesis T-(Parsial).....	37
3.8.3.2 Koefisien Determinasi (R-Squared).....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	39
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian.....	39
4.1.2 Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	41

4.1.3 Deskripsi Penilaian Responden.....	43
4.2 Teknik Analisis	46
4.2.1 Pengujian Kualitas Data.....	46
4.2.2 Uji Asumsi Klasik... ..	48
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.3 Pembahasan.....	55
4.4 Implikasi dan Keterbatasan Sosial	60
4.4.1 Informasi Implikasi Penelitian... ..	60
4.4.2 Keterbatasan Penelitian.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
DAFTAR LAMPIRAN	66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	85
DRAFT ARTIKEL ILMIAH.....	86
LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR.....	97



UWIKKA