

SKRIPSI
PENGARUH *YOUTUBE INFLUENCER* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN UNTUK MAKAN DI
BAKMI PONDOK DAERAH PONDOK GEDE

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan



Disusun Oleh
OKTANIA FARDHIA SAFIRA
NIM: 19070040

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA
2023

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Youtube Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Untuk Makan Di Bakmi Pondok Daerah Pondok Gede

Penulis : Oktania Fardhia Safira

NIM : 19070040

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada Rabu, 12 Juli 2023


Disahkan oleh:
Ketua Penguji


M. Ridwan, S.Ikom., M.M.
NIP. 198603272019031013

Anggota 1


Liza Amalia Putri, S.S., M.A
NIP. 198406262019032020

Anggota 2


Anindita Budi Astuti, S. E, M.M
NIP.198103052008122001


Ketua Jurusan

Anindita Budi Astuti, S. E, M.M
NIP.198103052008122001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Youtube Influencer* Terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen Untuk Makan Di Bakmi Pondok
Daerah Pondok Gede

Penulis : Oktania Fardhia Safita

NIM : 19070040

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Senin, 7 Juli 2023

Pembimbing 1



Anindita Budi Astuti, SE., MM
NIP. 198103052008122001

Pembimbing 2



Asriadi Masnar, S.Gz., M.Sc.
NIP. 198709082019031006

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan



Swastono Putro Prasetyo, S.Par., M.Par.
NIP. 198804112020121008

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bersedia tangan di bawah ini:

Nama : Oktania Fardhia Safira
NIM : 19070040
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2019

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul :

“Pengaruh Youtube Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Untuk Makan Di Bakmi Daerah Pondok Gede” adalah ornginal, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan proses sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 7 Juli 2023



Oktania Fardhia Safira
NIM. 19070040

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Oktania Fardhia Safira
NIM : 19070040
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2019

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non - Exclusive Royalty - Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: "Pengaruh Youtube Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Untuk Makan Di Bakmi Daerah Pondok Gede".

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 7 Juli 2023

Saya menyetujui



Oktania Fardhia Safira

NIM. 19070040

PRAKATA

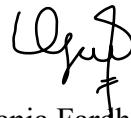
Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “PENGARUH *YOUTUBE INFLUENCER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN UNTUK MAKAN DI BAKMI PONDOK DAERAH PONDOK GEDE”. Tujuan penulisan Proposal Skripsi sebagai syarat kewajiban bagi penulis untuk mendapat gelar D4 di program Studi Pengelolaan Perhotelan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Proposal Skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Dr. Tripi Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
2. Nova Darmanto S.Sos., M.Si., selaku Wakil Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
3. Suratni, SS., M.Hum, selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan.
4. Anindita Budi Astuti, S. E, M.M , selaku Ketua Jurusan Pariwisata dan Dosen Pembimbing I.
5. Mariah Ulfa Catur Afriasih S.Pd, MM, selaku sekretaris Jurusan Pariwisata.
6. Swastono Putro Prastyo, S.Par., M.Par, selaku Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan.
7. Asriadi Masnar, S. Gz., M.Sc, selaku Dosen Pembimbing II.
8. Para dosen dan Tenaga Kependidikan Jurusan Pariwisata yang telah Mengajari dan Membimbing saya dalam penulisan Skripsi.

9. Seluruh Staff Jurusan Pariwisata yang telah membantu, melayani dan memberikan informasi pada penulisan Skripsi.
10. Keluarga dan teman-teman, yang sudah membantu saya dalam memberi kekuatan untuk mengerjakan Skripsi ini.
11. Terimakasih untuk seseorang yang tersayang, kamu sudah bertahan dan kuat hingga akhir. Untuk kamu. Diriku sendiri.

Jakarta, 07 Juli 2023



Oktania Fardhia Safira
NIM. 19070040

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
PRAKATA.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis	7
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI	8
A. Kajian Teori	8
1. <i>Influencer</i>	8
3. Perilaku Konsumen.....	12
4. Keputusan Pembeli	13
B. Penelitian yang Relevan.....	16
C. Kerangka Berpikir	19

D. Hipotesis Pertanyaan Penelitian	19
A. Jenis atau Desain Penelitian	21
B. Tempat dan Waktu	21
C. Populasi dan Sampel.....	22
1. Populasi.....	22
2. Sample	22
D. Definisi Operasional Variabel.....	23
E. Teknik dan Instrumen Mengumpulan Data.....	27
F. Validitas dan Realibilitas Instrumen	28
A. Uji Instrumen	28
B. Uji Asumsi Klasik	30
G. Teknik Analisis Data.....	31
1. Analisis Deskriptif	31
2. Analisis Regresi Linier Sederhana	31
BAB IV	32
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Hasil Penelitian.....	32
1. Analisis Deskriptif	32
4. 12 Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Berdasarkan Alasan Menonton Youtube Influencer Yang Dipilih Responden (Anak Kuliner)	42
2. Hasil Uji Instrumen.....	44
3. Uji Asumsi Klasik.....	46
a. Uji Normalitas.....	46
4. Regresi Linier Sederhana.....	47
B. Pembahasan	51

1. Karakteristik Penonton <i>Video Review</i> Di <i>Youtube</i>	51
2. Konten Yang Dibuat Youtube Influencer Terhadap Bakmi Pondok	51
3. Pengaruh Youtube Influencer (X) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) Untuk Makan di Bakmi Pondok	52
C. Keterbatasan Penelitian	53
BAB V.....	54
PENUTUP.....	54
A. Kesimpulan.....	54
B. Implikasi Penelitian	55
C. Saran	55

DAFTAR TABEL

1. 1 Youtube Influencer yang Membuat Konten di Bakmi Pondok.....	3
2. 1 Penelitian yang Relevan.....	16
3. 1 Tabel Definisi Operasional Variabel.....	23
3. 2 Tabel Skala Likert	28
4. 1 Tabel Analisis Deskriptif.....	32
4. 2 Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Asal Provinsi	34
4. 3 Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4. 4 Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	35
4. 5 Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Profesi.....	36
4. 6 Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Per bulan	37
4. 7 Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Per bulan.....	38
4. 8 Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Seringnya Menonton Youtube	39
4. 9 Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Rata – Rata Waktu Menonton Youtube	40
4. 10 Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Mengetahui 4 Youtube Influencer (Anak Kuliner, Bang Mpin, Studio Kuliner, Handy Cekreh).....	41
4. 11 Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Youtube Influencer Yang Sering Di Tonton dari Keempat Youtube Influencer (Anak Kuliner, Bang Mpin, Studio	41
4. 12 Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Berdasarkan Alasan Menonton Youtube Influencer Yang Dipilih Responden (Anak Kuliner)	42
4. 13 Tabel Uji Validitas Variabel X.....	44
4. 14 Tabel Uji Validitas Variabel Y	45
4. 15 Tabel Uji Reliabilitas Variabel X	45
4. 16 Tabel Uji Reliabilitas Variabel Y.....	46
4. 17 Tabel Uji Normalitas	46
4. 18 Tabel Hasil Uji Linieritas	47
4. 19 Tabel Hasil Persamaan Uji Regresi Linier Sederhana	48
4. 20 Tabel Hasil Uji T	49

4. 21 Tabel Hasil Uji F	50
4. 22 Tabel Hasil Determenasi R.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	19
Gambar 3. 1 Titik Maps Bakmi Pondok.....	21
Gambar 4. 1 Video Youtube Channel Anak Kuliner	43
Gambar 4. 2 Video Youtube Channel Hendy Cengkeh	43
Gambar 4. 3 Video Youtube Channel Bang Mpin.....	43
Gambar 4. 4 Video Youtube Channel Studio Kuliner	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	ii
Lampiran2	iii
Lampiran 3	iv
Lampiran 4	iv
Lampiran 5	v
Lampiran 6	60
Lampiran 7	61
Lampiran 8	62
Lampiran 9	63
Lampiran 10	66
Lampiran 11	69
Lampiran 12	72
Lampiran 13	73
Lampiran 14	74
Lampiran 15	75
Lampiran 16	76
Lampiran 17	77
Lampiran 18	78
Lampiran 19	79
Lampiran 20	80

ABSTRAK

This study is intended for (1) to identify the characteristics of youtube video review audiences. (2) to find out the content youtube is strongly influenced by the cottage noodles (3) to identify the impact youtube would influence the decision of consumer purchase to eat in the dumpling. The kind of research used is descriptive with a quantitative approach. Research variables include youtube's influence and consumer purchase decisions. Population criteria in the study are youtube and instagram users who watch culinary children, in the video review of path-noodle, a sample used by the study as many as 100 respondents are drawn using the slovin formula of culinary child followers, the method for collecting data via social media. The data analysis used is a simple linear regression analysis, test t and test f using a SPSS 26 for Windows. The analysis suggests that the youtube variable influence (x) has significantly affected the consumer purchase decision variables (y).

Key words: youtube influence influence, consumer purchase decisions

Penelitian ini bertujuan untuk (1) untuk mengetahui karakteristik penonton *video review* di *Youtube*. (2) untuk mengetahui konten yang dibuat *Youtube Influencer* terhadap Bakmi Pondok (3) untuk mengetahui pengaruh dari *Youtube Influencer* terhadap keputusan pembelian konsumen untuk makan di Bakmi Pondok. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Variabel penelitian meliputi *Youtube Influencer* dan Keputusan Pembelian Konsumen. Kriteria populasi dalam penelitian adalah pengguna *Youtube* dan *Instagram* yang menonton Anak Kuliner, di *video review* Bakmi Pondok, Sampel yang digunakan penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil dengan menggunakan rumus slovin dari *followers Instagram* Anak Kuliner, metode pengumpulan data menggunakan kuisioner via media sosial. Analisis data yang digunakan merupakan analisis regresi linier sederhana, uji t dan uji f menggunakan SPSS 26 for Windows. Hasil analisis tersebut menyatakan bahwa variabel *Youtube Influencer* (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y).

Kata Kunci: *Youtube Influencer*, Keputusan Pembelian Konsumen.