

**PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER DAN BRAND
AWARENESS TERHADAP MINAT PEMBELIAN
DI TOKOPEDIA**

**(Studi Pada Pelanggan Tokopedia yang Bertransaksi
Melalui Bank Syariah Indonesia)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Disusun Oleh :

Nama : Yulia Tiara Putri

NIM : 1908203123

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON**

2023/1444 H

ABSTRAK

YULIA TIARA PUTRI. NIM: 1908203123, “PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER DAN BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT PEMBELIAN DI TOKOPEDIA (Studi Pada Pelanggan Tokopedia yang Bertransaksi Melalui Bank Syariah Indonesia)”, 2022.

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun yang menimbulkan persaingan yang sangat ketat bagi perusahaan bisnis, salah satunya yaitu *e-commerce* yang ada di Indonesia. Tokopedia merupakan suatu perusahaan *e-commerce* terbesar yang ada di Indonesia. Salah satu cara perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumennya yaitu dengan mengembangkan strategi pemasaran salah satunya dengan adanya *influencer* dan *brand awareness*. Kredibilitas *Influencer* bagi perusahaan merupakan salah satu hal yang berpengaruh dalam kemajuan perusahaan serta meningkatkan *brand awareness* yang nantinya diharapkan untuk terjadinya sebuah minat. Dengan adanya *influencer* dan *brand awareness* yang baik akan menimbulkan minat pemkonsumen untuk membeli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan antara kredibilitas *influencer* dan *brand awareness* terhadap minat beli di Tokopedia

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian survei dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 70 responden dari populasi yang tidak diketahui. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian yaitu uji instrument penelitian, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan hipotesis pertama diterima yaitu variabel kredibilitas *influencer* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat pembelian di Tokopedia, dengan pengaruh parsial sebesar 43,1%. Hipotesis kedua diterima, yaitu variabel *brand Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat pembelian Tokopedia, dengan pengaruh parsial sebesar 54,7%.. Hipotesis ketiga diterima, yaitu variabel kredibilitas *influencer* dan *brand awareness* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian di Tokopedia dengan pengaruh simultan sebesar 59,1%

Kata Kunci: *kredibilitas influencer, brand awareness, minat pembelian*

ABSTRACT

YULIA TIARA PUTRI. NIM: 1908203123, “THE INFLUENCE OF INFLUENCER KREDIBILITY AND BRAND AWARENESS TO PURCHASE INTEREST (Study in Tokopedia customer Who Make Transactions Through Bank Syariah Indonesia)”, 2022.

The development of the business world in Indonesia is increasing from year to year which creates a very tight competition for business companies. especially in Indonesia's e-commerce industry. Tokopedia is the largest e-commerce company in Indonesia. Company can increasing their customers interest through credibility influencer and brand awareness. Influencers are one of the factors that contribute the company's progress and to increase brand awareness, which is later intended to emerge in a purchasing decision With influencers and good brand awareness, it will generate consumer interest to buy. This study aims to determine the partial and simultaneous effect of kreibility influencers and brand awareness on purchase interest in Tokopedia.

The method used in the research is quantitative method. This type of research is survey research using a quantitative approach. The type of data used is primary data obtained from distributing questionnaires. The number of samples in this study was 70 respondents from an unknown population. The data analysis technique used in this study is the research instrument test, the classical assumption test, the multiple linear regression analysis tests, the coefficient of determination test, and hypothesis testing.

The results showed that the first hypothesis was accepted, that the Influencer credibility variable had a positive and not significant effect on Tokopedia purchase Interest. with a partial effect of 43.1%. The second hypothesis is accepted, that the Brand Awareness variable has a positive and significant effect on Tokopedia Consumer Interest, with a partial effect of 54.7%. The third hypothesis is accepted, that the influencer and brand awareness variables simultaneously have a positive and significant effect on Tokopedia purchase interest with a simultaneous influence of 59.1%

Keywords: *influencers kredibility, brand awareness, purchase interest*

نبذة مختصرة

يوليا تيارا فوتري ، "تأثير المؤثرين ووعي العلامة التجارية على اهتمامات المستهلكين في طاقا فيديا).

دراسة عن مستخدمى طاقا فيديا الذين يتعاملون من خلال بنك الشريعة الإندونيسي" (٢٠٢٢

يتزايد تطور عالم الأعمال في إندونيسيا من عام إلى آخر مما أدى إلى منافسة شديدة للغاية لشركات

الأعمال ، ومن بينها التجارة الإلكترونية في إندونيسيا . طاقا فيديا . هي أكبر شركة للتجارة الإلكترونية

في إندونيسيا. تتمثل إحدى طرق الشركات للحفاظ على عدد المستهلكين وزيادة عددهم عن طريق

تطوير إستراتيجية تسويقية ، تتمثل إحداها في وجود المؤثرين والوعي بالعلامة التجارية. يعد المؤثرون

بالنسبة للشركات أحد الأشياء التي تؤثر على تقدم الشركة وتزيد من الوعي بالعلامة التجارية والتي من

المتوقع لاحقاً أن تتخذ قرار الشراء. مع وجود المؤثرين والوعي الجيد بالعلامة التجارية ، سيؤدي ذلك إلى

جذب اهتمام المستهلك بالشراء. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد التأثير الجزئي والمتزامن للمؤثرين والوعي

بالعلامة التجارية على اهتمام المستهلك بـ طاقا فيديا.

الطريقة المستخدمة في هذا البحث هي طريقة كمية. هذا النوع من البحث هو بحث مسح باستخدام

نمذج كمي. نوع البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية التي تم الحصول عليها من توزيع الاستبيانات.

بلغ عدد العينات في هذه الدراسة سبعين مستجيباً من مجموعة غير معروفة. تقنية تحليل البيانات

المستخدمة في هذه الدراسة هي اختبار أداة البحث ، واختبار الافتراض الكلاسيكي ، واختبار تحليل

الانحدار الخطي المتعدد ، واختبار معامل التحديد ، واختبار الفرضيات.

أظهرت النتائج قبول الفرضية الأولى وهي أن المتغير المؤثر كان له تأثير إيجابي ومعنوي على اهتمام

المستهلك في طاقا فيديا ، بتأثير جزئي % ١,٤٣ . تم قبول الفرضية الثانية وهي أن متغير الوعي

بالعلامة التجارية له تأثير إيجابي وهام على اهتمام المستهلك في طاقا فيديا، بتأثير جزئي بنسبة %

٧,٥٤ . أما الفرضية الثالثة فقد تم قبولها وهي أن متغيري المؤثر والوعي بالعلامة التجارية لهما تأثير

إيجابي وهام في نفس الوقت. على مصلحة المستهلك طاقا فيديا مع تأثير متزامن بنسبة % ١,٥٩ .

الكلمات الرئيسية: المؤثرون ، الوعي بالعلامة التجارية ، اهتمام المستهلك

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP MINAT PEMBELIAN
DI TOKOPEDIA**

**(Studi Pada Pelanggan Tokopedia yang Bertransaksi
Melalui Bank Syariah Indonesia)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

YULIA TIARA PUTRI

NIM. 1908203123

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Rita Kusumadewi SE, M.M.

NIP. 198404222011012018

Eef Saefulloh, M.Ag

NIP. 197603122003121003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Eef Saefulloh, M.Ag

NIP. 197603122003121003


LEMBAR PENGESAHAN


Skripsi yang berjudul "Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Pembelian Di Tokopedia (Studi Pada Pelanggan Tokopedia yang Bertransaksi Melalui Bank Syariah Indonesia)". oleh YULIA TIARA PUTRI, NIM 1908203123, telah diajukan dalam sidang munaqosyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal
Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.



Penguji I,

Penguji II,


Dr. H. Ayns Ahmad Yusuf, M.Si*
NIP. 197108012000031002


Diana Djuwifa, MM
NIP. 198003142008012018

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Di-

Cirebon

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudari Yulia Tiara Putri, NIM 1908203123 dengan judul: "**Pengaruh Kredibilitas Influencer Dan Brand Awareness Terhadap Minat Pembelian Di Tokopedia (Studi Pada Pelanggan Tokopedia yang Bertransaksi Melalui Bank Syariah Indonesia)**". Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut diatas sudah dapat diajukan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosahkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Rita Kusumadewi SE., M.M.

NIP. 198404222011012018

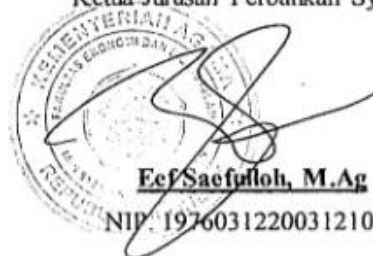


Eef Saefulloh, M.Ag

NIP. 197603122003121003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Eef Saefulloh, M.Ag

NIP. 197603122003121003

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yulia Tiara Putri

NIM : 1908203123

Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 13 Juli 2001

Alamat : Jl. Banjarwangunan Blok.B2 No.10 Rt.02 Rw.08
Perumahan Arida Kecamatan Mundu, Kabupaten
Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Pembelian Di Tokopedia (Studi Pada Pelanggan Tokopedia yang Bertransaksi Melalui Bank Syariah Indonesia)” ini beserta isinya adalah benar hasil pemikiran dan karya saya sendiri. Seluruh ide, pemikiran dan teori – teori dari sumber telah saya kutip sesuai dengan petunjuk referensi yang baik dan benar.

Cirebon, 11 Januari 2023

Saya yang menyatakan



YULIA TIARA PUTRI

NIM. 1908203123

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap : Yulia Tiara Putri
NIM : 1908203123
Tempat, Tanggal Lahir: Cirebon, 13 Juli 2001
Alamat : Jl. Banjarwangunan Blok B2,
No 10, Rt 02, Rw 08
Perumahan Arida, Kecamatan
Mundu, Kabupaten Cirebon

Nama Ibu Kandung : Ipa Nurpalah

Nama Ayah Kandung : M. Hanafiah

Pendidikan Formal

- S1 Jurusan Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon (2019 – 2023)
- SMAN 3 Cirebon (2016 – 2019)
- SMPN 18 Cirebon (2013 – 2016)
- SDN Guntur (2007 – 2013)

Pengalaman Organisasi

- OSIS SMPN 18 Cirebon (2014 – 2016)
- Literasi Membaca SMAN 3 CIREBON (2015-2019)
- PMII AL-JABAR (2019 – 2021)

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar – benarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yulia Tiara Putri

NIM. 1908203123

MOTTO

The life is not for comparing things so I hold both of light and shadow



KATA PERSEMBAHAN

Segala puji tercurahkan kepada Mu Allah SWT, atas segala nikmat yang telah Engkau berikan membuat kekuatan dalam diri ini untuk dapat menyelesaikan skripsi yang sederhana ini dengan tepat waktu. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah terlimpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan dan panutan bagi semua umat.

Alhamdulillah hirabbil'alamin ku persembahkan skripsi ini untuk orang – orang tercinta dan terkasih. Karya yang telah kuselesaikan selama menempuh pendidikan S1 masih begitu banyak kekurangan.

Keberhasilan yang diraih oleh seorang anak tidak luput dari do'a restu serta ridhanya orang tua. Maka saya sangat berterima kasih untuk kedua orang tuaku yang selama ini do'a kalian selalu menyertai langkahku. Dukungan serta nasihatmu lah yang membuatku berhasil hingga detik ini. Perjuangan kalian mengajarkanku untuk bekerja keras, tidak pernah menyerah dan selalu bersyukur atas apa yang kita miliki. Kalian adalah kekuatan bagi hidupku.

Teruntuk orang yang istimewa yaitu Alfan Dzikri Ramadhan yang telah banyak membantuku, berjuang untukku dan menemaniku dan memberi semangat dari awal masuk kuliah sampe saat ini. Semoga kebaikanmu membawa keberkahan dalam hidupmu.

Untuk sahabatku sekaligus keluargaku, Titis, Dea, Fatikhin, Rikito, Windi, Devina, Taufik, Arif, Hasan, Puja, Ghina, Elin, Tio yang selalu memotivasi dan menasihati, juga kenangan indah saat duka maupun duka. Juga keluarga besar Perbankan Syariah C yang telah menjadi teman seperjuanganku dan memberiku warna dalam dunia pendidikan..

Untuk Ibu Dr. Rita Kusumadewi, SE., MM selalu memberi arahan, bimbingan, solusi selama perkuliahan dan banyak memberikan perhatian, kesabaran, bimbingan serta banyak berbagi dan *sharing* mengenai banyak hal dan memberikan ilmu yang bermanfaat.

Terimakasih banyak semuanya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis penatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, nikmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Kredibilitas *Influencer* dan *Brand Awareness* terhadap Minat Pembelian Di Tokopedia (Studi Pada Pelanggan Tokopedia yang Bertransaksi Melalui Bank Syariah Indonesia)**” Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak, terutama dukungan dari orang tua yang selalu mendukung dan memotivasi yang pada akhirnya sangat memotivasi bagi penulis untuk segera menyelesaikan penelitian ini tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan do'a, motivasi, dukungan dan materil dan non materil, yang selalu memberikan semangat tanpa henti sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag, Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Bapak Eef Saefulloh M.Ag, Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon dan juga sebagai pembimbing 2 dalam memberikan banyak perhatian, kesabaran, ilmu yang bermanfaat dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
5. Ibu Nur Eka Setiowati, M.Si, Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
6. Ibu Dr. Rita Kusumadewi, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Akademik dan juga sebagai pembimbing 1 yang selalu memberi arahan, bimbingan, solusi

selama perkuliahan dan banyak memberikan perhatian, kesabaran, bimbingan serta ilmu yang bermanfaat. Semoga kebaikan ini membawa keberkahan dalam hidup beliau

7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon, yang telah mentransfer ilmunya dengan ikhlas selama penulis menempuh studi.
8. Untuk responden konsumen Tokopedia yang telah membantu untuk meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner penelitian.
9. Untuk sahabat-sahabatku yang telah memberikan motivasi dan dukungan selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
10. Seluruh teman-teman angkatan 2019 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu selama proses perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini.

Penulis hanya dapat berucap terima kasih, serta berdo'a atas segala motivasi dan dukungan yang telah diberikan, semoga Allah SWT melipat gandakan pahala kebaikan yang telah diberikan. Aamiin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, sangat diharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin, Jazakumullah khairon.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Cirebon,

Penulis,



Yulia Tiara Putri

NIM. 1908203123

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
نبذة مختصرة	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
NOTA DINAS	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
MOTTO	ix
KATA PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
PEDOMAN TRANSLITERASI	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
1. Identifikasi Masalah	6
2. Pembatas Masalah	6
3. Perumusan Masalah	6

C.	Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.	Tujuan Penelitian.....	7
2.	Kegunaan Penelitian.....	7
D.	Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI		9
A.	Minat Pembelian	9
1.	Definisi Minat Pembelian	9
2.	Minat Beli Konsumen menurut Perspektif Islam	10
3.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian	11
4.	Dimensi Minat Pembelian	12
B.	Kredibilitas Influencer.....	14
1.	Definisi Kredibilitas Influencer.....	14
2.	Kredibilitas <i>Influencer</i> menurut Perspektif Islam.....	15
3.	Jenis-jenis <i>Influencer</i>	16
4.	Dimensi Kredibilitas <i>Influencer</i>	18
C.	Brand Awareness	20
1.	Definisi <i>Brand</i>	20
2.	Definisi Brand Awareness.....	21
3.	<i>Brand Awareness</i> dalam perspektif Islam	23
4.	Dimensi Brand Awareness.....	23
D.	Penelitian Terdahulu	25
E.	Kerangka Pemikiran.....	28
F.	Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN		33
A.	Metode Penelitian.....	33

1.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
2.	Sasaran, Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
B.	Populasi dan Sampel	34
1.	Populasi Penelitian	34
2.	Sampel	34
C.	Jenis dan Sumber Data	36
1.	Data Primer	36
2.	Data Sekunder	36
D.	Teknik Pengumpulan Data	36
E.	Oprasional Variabel.....	37
F.	Teknis Analisis Data	41
1.	Uji Validitas	41
2.	Uji Reliabilitas	42
3.	Uji Aaumsi Klasik	43
4.	Analisis Regresi Linier Berganda	44
5.	Uji Hipotesis	44
6.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48
A.	Gambaran Umum dan Deskriptif Objek Penelitian	48
1.	Sejarah Tokopedia.....	48
2.	Profil Tokopedia	49
3.	Visi-Misi Tokopedia	51
4.	Struktur Organisasi Tokopedia	52
B.	Karakteristik Responden	54
1.	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	54

2.	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamm	55
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.	Karakteristik Responden berdasarkan Transaksi Belanja di Tokopedia selama sebulan	57
5.	Karakteristik Responden berdasarkan Kategori Produk Pembelian	57
C.	Analisis Deskriptif	58
1.	Deskripsi Variabel Kredibilitas Influencer	58
2.	Deskripsi Variabel <i>Brand Awareness</i>	61
3.	Deskripsi Variabel Minat Pembelian (Y)	64
D.	Analisis Verifikatif	67
1.	Uji Validitas	67
2.	Uji Reliabilitas	69
3.	Uji Asumsi Klasik	69
4.	Analisis Regresi Linear Berganda	73
5.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	75
6.	Uji Hipotesis	76
E.	Pembahasan Penelitian	80
1.	Pengaruh Kredibilitas <i>Influencer</i> terhadap Minat pembelian di Tokopedia	80
2.	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Minat pembelian di Tokopedia	82
3.	Pengaruh Kredibilitas <i>Influencer</i> dan <i>Brand Awareness</i> terhadap Minat Pembelian di Tokopedia	84
F.	Analisis Ekonomi	87
BAB V PENUTUP		89
A.	Kesimpulan	89
B.	Saran	90

DAFTAR PUSTAKA92

LAMPIRAN.....96



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tingkat Kepercayaan Parameter	42
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.3 Skala Likert.....	47
Tabel 4.1 Karakteristik Usia Responden.....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan belanja dalam satu bulan	57
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Produk Pembelian.....	58
Tabel 4.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Kredibilitas <i>Influencer</i> (X_1).....	59
Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Awareness</i> (X_2).....	61
Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Minat Pembelian (Y).....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (Uji t)	76
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	78
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tokopedia by Me	2
Gambar 1.2 Tokopedia Affiliate	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 3.1 Kurva Hipotesis Uji-t	45
Gambar 3.2 Kurva Hipotesis Uji-F.....	46
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Tokopedia.....	52
Gambar 4.2 Garis Kontinum Variabel Kredibilitas <i>Influencer</i>	60
Gambar 4.3 Garis Kontinum Variabel <i>Brand Awareness</i>	63
Gambar 4.4 Garis Kontinum Variabel Minat Pembelian.....	66
Gambar 4.5 Grafik Normal Probably Plot	71
Gambar 4.6 Grafik <i>Scaterplot</i>	72



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Keputusan Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
- Lampiran 2 Pengantar Penelitian
- Lampiran 3 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 4 Hasil Penyebaran Angket Kredibilitas *Influencer* (X_2)
- Lampiran 4 Hasil Penyebaran Angket *Brand Awareness* (X_2)
- Lampiran 4 Hasil Penyebaran Angket Minat Pembelian (X_3)
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Kredibilitas *Influencer* (X_1)
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas *Brand Awareness* (X_2)
- Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Minat Pembelian (Y)
- Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Kredibilitas *Influencer* (X_1)
- Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas *Brand Awareness* (X_2)
- Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas Minat Pembelian (Y)



PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini disajikan daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	Ś	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	h a	ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	Ş	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ş a	Ş	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍ ad	ḍ	De (dengan titik dibawah)

ط	ṭ a	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	ẓ a	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	–‘	koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkal atau *difong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	Fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
◌	Dammah	U	U

Contoh :

كَتَبَ = *kataba*

سُئِلَ = *su'ila*

حَسُنَ = *hasuna*

2. Tunggal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang labangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ي _____ /	fathah dan ya	Ai	a dan i
و _____ /	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ = *kaifa*

قَوْلَ = *qaula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا _____ /	fathah dan alif / ya	Â	a dan garis atas
ي _____ /	fathah dan ya	I	i dan garis atas
و _____ /	dammah dan wau	Ú	u dan garis atas

Contoh :

قَالَ سُبْحَانَكَ = *qala subhānaka*

إِذْ قَالَ يُوسُفُ لِأَبِيهِ = *iz qalā yusufu li abihi*

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua :

a. Ta Marbutah Hidup

Ta Marbutah yang hidup atau mendapat *harakat fathah, kasrah, dan dammah*, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta Marbutah Mati

Ta Marbutah yang mati atau mendapat *harakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu di transliterasikan dengan /h/.

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ = *raudah al-atfal* atau *raudatul atfal*

طَلْحَةَ = *talhah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, yaitu tanda *syaddah* atau *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi *syaddah* itu.

Contoh :

رَبَّنَا = *rabbana*

نُعْمَ = *nu'ima*

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan | J. Namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu :

Huruf-huruf *syamsiah* ada empat belas, yaitu :

1.	ت	T	8.	ش	Sy
2.	ث	Ś	9.	ص	ş
3.	د	D	10.	ض	ḍ
4.	ذ	Ẓ	11.	ط	ṭ
5.	ر	R	12.	ظ	ẓ
6.	ز	Z	13.	ل	L
7.	س	S	14.	ن	N

Contoh :

أَلَدَّهْرُ = *ad-dahru* أَللَّيْلُ = *al-lailu*
 أَللَّيْلُ = *al-lailu* أَللَّيْلُ = *al-lailu*
 أَللَّيْلُ = *al-lailu* أَللَّيْلُ = *al-lailu*

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai juga dengan bunyinya.

Huruf-huruf *qamariah* ada empat belas, yaitu :

1.	ا	a, i, u	8.	ف	F
2.	ب	B	9.	ق	Q
3.	ج	J	10.	ك	K
4.	ح	ḥ	11.	م	M
5.	خ	Kh	12.	و	W
6.	ع	–’	13.	ه	H
7.	غ	G	14.	ي	Y

Contoh :

أَلْقَمَرٌ = al-qamaru

أَلْفَقْرٌ = al-faqrū

أَلْغَيْبٌ = al-gaibu

أَلْعَيْنُ = al-‘ainu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan *apostrof*. Namun, hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata, *hamzah* tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa *alif*. Contoh :

شَيْءٌ = *syai'un* أُمِرْتُ = *umirtu*

إِنَّ = *inna* أَكَلَّ = *akala*

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fill* (kata kerja), *isim* (kata benda), dan *haraf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Contoh :

إِبْرَاهِيمُ الْخَلِيلِ = *ibrahim al Khalil* atau *Ibrahimul-Khalil*

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا = *Bissmillahi majraha wa mursaha*

9. Penulisan Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti berlaku dalam Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan, antara lain huruf kapital digunakan untuk menulis huruf awal nama diri dan penulisan kalimat. Apabila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang. Contoh :

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ = *Wa ma Muhammad illa rasul*
 الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ = *Alhamdu lillahi rabbil-'alamin*

Penggunaan huruf kapital untuk Allah berlaku jika dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian. kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga huruf dan harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan. Contoh :

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا = *Lillahi al-amru jami'an*
 وَاللَّهُ يَكُلُّ شَيْءٍ عَالِمٌ = *Wallahu bi kulli syai'in 'alim*

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid. Untuk maksud ini pada Musyarakah Kerja Ulama Al-Quran tahun 1987/1988 dan tahun 1988/1989 telah dirumuskan konsep. Pedoman praktis tajwid Al-Quran ini sebagai pelengkap Transliterasi Arab-Latin.

