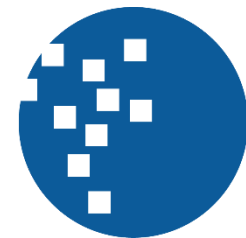


**PENGARUH *ADVERTISING ATTRACTIVENESS*,
INFLUENCER MARKETING DAN *ONLINE CUSTOMER*
REVIEWS TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA INDAH
AQUARIUM SHOP DI TOKOPEDIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

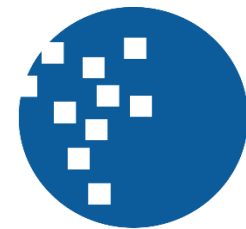
SKRIPSI

Steven Bing Sutanto

00000059759

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**PENGARUH *ADVERTISING ATTRACTIVENESS*,
INFLUENCER MARKETING, DAN *ONLINE CUSTOMER
REVIEWS* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA INDAH
AQUARIUM SHOP DI TOKOPEDIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Steven Bing Sutanto

00000059759

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Steven Bing Sutanto

NIM : 00000059759

Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis/Skripsi/Tugas Akhir/Laporan Magang/MBKM saya yang berjudul:

PENGARUH ADVERTISING ATTRACTIVENESS, INFLUENCER MARKETING, DAN ONLINE CUSTOMER REVIEWS TERHADAP PURCHASE DECISION PADA INDAH AQUARIUM SHOP DI TOKOPEDIA

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 26 November 2024



Steven Bing Sutanto

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

*PENGARUH ADVERTISING ATTRACTIVENESS, INFLUENCER MARKETING
DAN ONLINE CUSTOMER REVIEWS TERHADAP PURCHASE DECISION
PADA INDAH AQUARIUM SHOP DI TOKOPEDIA*

Oleh

Nama : Steven Bing Sutanto

NIM : 00000059759

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 26 November 2024

Pembimbing



Angelina Theodora Ratna P, S.E., M.M
0313097403

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH *ADVERTISING ATTRACTIVENESS, INFLUENCER MARKETING*
DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEWS* TERHADAP *PURCHASE DECISION*
PADA INDAH AQUARIUM SHOP DI TOKOPEDIA

Oleh

Nama : Steven Bing Sutanto
NIM : 00000059759
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 16 Desember 2024

Pukul 09.30 s.d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par
0313089201

Penguji



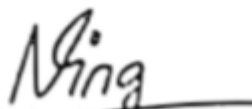
Tessa Handra, S.E., M.T.
0322058406

Pembimbing



Angelina Theodora Ratna P, S.E.,M.M
0313097403

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Steven Bing Sutanto
NIM : 00000059759
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah :
PENGARUH *ADVERTISING ATTRACTIVENESS, INFLUENCER MARKETING*
DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEWS* TERHADAP *PURCHASE DECISION*
PADA INDAH AQUARIUM SHOP DI TOKOPEDIA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan letter of acceptance) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 26 November 2024



(Steven Bing Sutanto)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan YME atas terselesaikannya skripsi ini, sebagai pemenuhan salah satu syarat kelulusan dan untuk mendapatkan gelar sarjana manajemen. Besar harapan saya agar laporan ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca. Tak lupa, saya juga berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., MBM., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Angelina Theodora Ratna P, S.E.,M.M., sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Seluruh teman-teman, sahabat dan Indah Aquarium Shop yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi dan bermanfaat bagi para pembaca, baik dalam dunia pendidikan maupun dunia industri. Terima kasih

Tangerang, 26 November 2024



Steven Bing Sutanto

**PENGARUH *ADVERTISING ATTRACTIVENESS*,
INFLUENCER MARKETING DAN *ONLINE CUSTOMER
REVIEWS* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA INDAH
AQUARIUM SHOP DI TOKOPEDIA**

Steven Bing Sutanto

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Advertising Attractiveness*, *Influencer Marketing*, dan *Online Customer Reviews* terhadap *Purchase Decision* pada Tokopedia Indah Aquarium Shop. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik *non-probability sampling*, yaitu *purposive sampling*, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Data diperoleh melalui survei *Google Form* yang melibatkan 112 responden dan dianalisis menggunakan regresi berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistic Software Versi 30.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Advertising Attractiveness*, *Influencer Marketing*, dan *Online Customer Reviews* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Decision*. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Di antara ketiganya, *Advertising Attractiveness* memberikan pengaruh terbesar secara parsial. Temuan ini dapat menjadi rekomendasi bagi Indah Aquarium Shop dalam meningkatkan strategi pemasaran dengan mengoptimalkan ketiga variabel tersebut secara sinergi.

Kata kunci: *Advertising Attractiveness*, *Influencer Marketing*, *Online Customer Reviews*, *Purchase Decision*, Tokopedia Indah Aquarium Shop.

***THE EFFECT OF ADVERTISING ATTRACTIVENESS,
INFLUENCER MARKETING AND ONLINE CUSTOMER
REVIEWS ON PURCHASE DECISIONS AT INDAH AQUARIUM
SHOP ON TOKOPEDIA***

Steven Bing Sutanto

ABSTRACT (English)

This study aims to analyze the influence of Advertising Attractiveness, Influencer Marketing, and Online Customer Reviews on Purchase Decision at Tokopedia Indah Aquarium Shop. The research adopts a quantitative approach using non-probability sampling, specifically purposive sampling, where respondents are selected based on specific criteria. Data was collected through a Google Form survey involving 112 respondents and analyzed using multiple regression with IBM SPSS Statistic Software Version 30.

The results indicate that Advertising Attractiveness, Influencer Marketing, and Online Customer Reviews each have a positive and significant effect on Purchase Decision. Simultaneously, these three variables also show a significant impact on purchasing decisions. Among them, Advertising Attractiveness has the most substantial partial influence. These findings can serve as recommendations for Indah Aquarium Shop to improve its marketing strategy by optimizing these three variables synergistically.

Keywords: *Advertising Attractiveness, Influencer Marketing, Online Customer Reviews, Purchase Decision, Tokopedia Indah Aquarium Shop.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	2
HALAMAN PENGESAHAN.....	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA.....	5
KATA PENGANTAR.....	6
ABSTRAK.....	7
<i>ABSTRACT (English)</i>	8
DAFTAR TABEL.....	11
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	13
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Batasan Penelitian.....	15
1.6 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II	
LANDASAN TEORI.....	17
2.1 Tinjauan Teori.....	17
2.1.1 Advertising Attractiveness.....	17
2.1.2 Influencer Marketing.....	18
2.1.3 Online Customer Reviews.....	20
2.1.4 Purchase Decision.....	21
2.2 Hipotesis.....	23
2.3.1 Pengaruh Advertising Attractiveness terhadap Purchase Decision..	23
2.3.2 Pengaruh Influencer Marketing terhadap Purchase Decision.....	24
2.3.3 Pengaruh Online Customer Reviews terhadap Purchase Decision...	25
2.3.4 Pengaruh Advertising Attractiveness, Influencer Marketing, dan Online Customer Reviews secara simultan terhadap Purchase Decision..	27
2.3 Penelitian Terdahulu.....	28
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
3.2 Desain Penelitian.....	34
3.3.1 Populasi.....	38

3.3.2 Sampel.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Identifikasi Variabel.....	46
3.6 Operasionalisasi Variabel.....	47
3.7 Teknik Analisis Data.....	52
3.8 Uji Hipotesis.....	58
BAB IV	
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	61
4.5 Uji Data Pre-Test.....	78
4.6 Uji Data Main-Test.....	81
4.7 Uji Hipotesis.....	89
4.8 Pembahasan.....	95
BAB V	
SIMPULAN DAN SARAN.....	103
5.1 Simpulan.....	103
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	105
5.3 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel	44
Tabel 3.2 Tabel Syarat Pre-Test	51
Tabel 3.3 Tabel Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.1 Tabel Kategori Penilaian Responden	63
Tabel 4.2 Tabel Penilaian Variabel Advertising Attractiveness	63
Tabel 4.3 Tabel Penilaian Variabel Influencer Marketing	67
Tabel 4.4 Tabel Penilaian Variabel Online Customer Reviews	69
Tabel 4.5 Tabel Penilaian Variabel Purchase Decision	71
Tabel 4.6 Tabel Uji Validitas Data <i>Pre-test</i>	74
Tabel 4.7 Tabel Uji Reliabilitas Data <i>Pre-Test</i>	76
Tabel 4.8 Tabel Uji Validitas Data Main-test	78
Tabel 4.9 Tabel Uji Reliabilitas Data Main-test	79
Tabel 4.10 Tabel Hasil Uji Normalitas	81
Tabel 4.11 Tabel Hasil Uji Multikolinearitas	84
Tabel 4.12 Tabel Hasil Uji Regresi Berganda	86
Tabel 4.13 Tabel Uji Koefisien Determinasi	88
Tabel 4.14 Tabel Hasil Uji T (Parsial)	89
Tabel 4.15 Tabel Hasil Uji F (Simultan)	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia	2
Gambar 1.2 Data Marketplace dengan kunjungan terbanyak 2023	3
Gambar 1.3 Persentase Kepemilikan Hewan Peliharaan di Indonesia	5
Gambar 1.4 Data Kontribusi Sektor Industri pada PDB Indonesia	6
Gambar 1.5 Data Konsumsi Ikan Masyarakat Indonesia	6
Gambar 1.6 Data Penjualan Tokopedia Indah Aquarium Shop (Mar-Jun'24)	7
Gambar 1.7 Data Penjualan Tokopedia Indah Aquarium Shop 2020-2024	8
Gambar 1.8 Data Profil Tokopedia Indah Aquarium Shop	9
Gambar 1.9 Online Customer Reviews Indah Aquarium Shop	10
Gambar 1.10 Influencer Perikanan Bang Abi	12
Gambar 1.11 Data Performa Toko Indah Aquarium Shop	13
Gambar 2.1 Model Penelitian	23
Gambar 3.1 Indah Aquarium	31
Gambar 3.2 Rekor Pencapaian Penjualan Tokopedia Indah Aquarium Shop	33
Gambar 3.3 Jenis Desain Penelitian	34
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	64
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Aktivitas	67
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian	70
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan	73
Gambar 4.6 Tabel Probability Plot	76
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	79
Gambar 4.9 Tampilan Produk Indah Aquarium Shop	99
Gambar 4.10 Tampilan Produk Revisi	100
Gambar 4.11 Contoh Iklan Google Display Network	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Validitas dan Reliabilitas Data Pre-Test	84
Lampiran 1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Advertising Attractiveness	84
Lampiran 1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Influencer Marketing	85
Lampiran 1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Online Customer Reviews	86
Lampiran 1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Purchase Decision	87
Lampiran 2 Uji Data Main Test	88
Lampiran 2.1 Uji Normalitas	88
Lampiran 2.2 Uji Multikolinearitas	89
Lampiran 2.3 Uji Heteroskedastisitas	89
Lampiran 2.4 Uji Regresi Berganda	90
Lampiran 2.5 Uji T (Parsial)	90
Lampiran 2.6 Uji F (Simultan)	90
Lampiran 3 Screening dan Profiling Responden	91
Lampiran 4 Kuesione	