

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING, INFLUENCER
MARKETING, DAN BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AZARINE**



Oleh :

NYAS VICA NABILA SAFFA

21.1.02.80033

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING, INFLUENCER
MARKETING, DAN BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AZARINE**



Oleh :

NYAS VICA NABILA SAFFA

21.1.02.80033

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING, INFLUENCER
MARKETING, DAN BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AZARINE**

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Oleh :

NYAS VICA NABILA SAFFA

21.1.02.80033

SEKOLAH TINGGI EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING, INFLUENCER
MARKETING, DAN BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AZARINE**

Dipersiapkan dan disusun oleh :
NYAS VICA NABILA SAFFA
NPM: 21.1.02.80033

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal 19 Juli 2025

Susunan Tim Penguji :

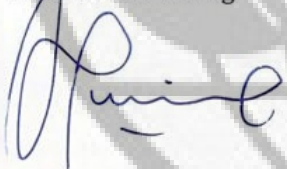
Ketua : Prof. Dr. Suwitho, M.Si..
Anggota : 1. Dr. Bambang Hadi Santoso, S.E., M.Si.
2. Widhi Ariestianti Rochdianingrum, S.E., M.M.


Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Prof. Dr. Suwitho, M.Si..


Prof. Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA


Prof. Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **NYAS VICA NABILA SAFFA**

N.P.M : **21.1.02.80033**

menyatakan bahwa skripsi

dengan judul :

PENGARUH PENGARUH *DIGITAL MARKETING, INFLUENCER MARKETING, DAN BRANDIMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AZARINE

Diajukan untuk diuji pada tanggal 19 Juli 2025, adalah hasil karya saya.

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan kepada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 19 Juli 2025

Yang m



Nyas Vica Nabila Saffa

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Nyas Vica Nabila Saffa
NPM : 21.1.02.80033
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 28 Desember 2001 Agama : Islam
Jumlah Saudara?Anak ke : - / 1(Satu)
Alamat Rumah : Jl. KRI Slamet Riyadi B6 36
Surabaya
Status : Mahasiswa

B. ORANG TUA

Nama : Nurul Yaqin
Alamat Rumah/Telepon : Jl. KRI Slamet Riyadi B6 36
Surabaya
Alamat Kantor/Telepon : -
Pekerjaan/Jabatan : Wiraswasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SD Negeri 261 Suarabaya tahun
2. Tamat SLTP di SMP Negeri 30 Surabaya tahun
3. Tamat SLTA di SMA Negeri 14 Surabaya
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VII	2021-2025	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya,

Nyas Vica Nabila Saffa

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, serta senantiasa memberikan penulis kesehatan, kemudahan dan kekuatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *DIGITAL MARKETING, INFLUENCER MARKETING, DAN BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *AZARINE*”**. Penyusunan skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan jenjang Strata 1 guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu tidak terlepas dari banyaknya dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan arahan bagi penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih dengan setulus hati kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Prof. Dr. Suwitho, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, dan juga selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan waktunya, pengarahan, dan bimbingan dengan penuh kesabaran serta dukungan semangat selama penulis menyelesaikan skripsi.

4. Muktar Redy Susila, M.Si. selaku Dosen Wali SMX yang telah memberikan nasihat dan dorongan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen.
5. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis selama kegiatan perkuliahan berlangsung. Demikian pula seluruh Staf dan Karyawan yang banyak membantu dalam bidang informasi dan administrasi guna kegiatan akademik.
6. Kepada kedua Orang Tua penulis tercinta yang telah memberikan doa, motivasi, nasihat, dan seluruh dukungan tanpa pernah ada habisnya kepada penulis agar terus semangat dalam menyelesaikan pendidikan ini.
7. Teman-teman seperjuangan kelas SMX Manajemen Angkatan 2021 yang telah memberikan dukungan semangat kepada penulis selama kegiatan perkuliahan dan juga pada saat proses penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, dukungan dan motivasinya hingga do'a yang telah diberikan kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini.

Segala upaya dan usaha telah penulis lakukan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan sebaik-baiknya, namun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca yang bersifat membangun untuk memperbaiki demi penyempurnaan skripsi ini. Sebagai akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan pengetahuan sebagai

referensi dalam penyusunan skripsi bagi semua pihak khususnya mahasiswa STIESIA Surabaya.

Surabaya, 19 Juli 2025

Penulis,

Nyas Vica Nabila Saffa



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG LUAR.....	i
HALAMAN SAMBUNG DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB 1 : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Ruang Lingkup penelitian.....	9
BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN.....	11
2.1 Tinjauan Teoritis.....	11
2.1.1 <i>Digital Marketing</i>	11
2.1.2 <i>Influencer Marketing</i>	15
2.1.3 <i>Brand Image</i>	19
2.1.4 Keputusan pembelian.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Rerangka Konseptual.....	31
2.4 Pengembangn Hipotesis.....	31
BAB 3 : METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi (Objek) Penelitian.....	35
3.2 Teknik Pengembangan Sampel.....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Sampel.....	37
3.3.1 Jenis Data.....	37
3.3.2 Sumber Data.....	38
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	39
3.4.1 Jenis Data.....	39
3.4.2 Sumber Data.....	40
3.5 Teknik Analisis Data.....	43

3.5.1 Uji Instrument.....	43
3.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda	44
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	45
3.5.4 Uji Kelayakan Model.....	47
3.5.5 Uji Hipotesis (Uji-t).....	49
BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.2 Deskriptif Karakteristik Responden	53
4.1.3 Deskriptif Variabel Penelitian	53
4.2 Hasil Penelitian	63
4.2.1 Uji Instrument.....	63
4.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda	65
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	67
4.2.4 Uji Kelayakan Model.....	71
4.2.5 Uji Hipotesis (Uji-t).....	72
4.3 Pembahasan Analisis Data	74
4.3.1 <i>Digital Marketing</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	74
4.3.2 <i>Influencer Marketing</i> Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.3.3 <i>Brand Image</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	76
BAB 5 : PENUTUP.....	77
5.1 Simpulan	77
5.2 Keterbatasan Penelitian	78
5.3 Saran	78
JADWAL PENELITIAN	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. <i>Brand Sunscreen</i> Terlaris Kategori Di Bawah 60 Ribu Rupiah Berdasarkan <i>Market Share</i>	3
2. Nilai Penjualan Azarine Januari 2023 Sampai Maret 2024	5
3. Penelitian Terdahulu	29
4. Skala Likert.....	39
5. Karakteristik Responded Berdasarkan Jenis Kelamin	51
6. Karakteristik Reponden Berdasarkan Usia	52
7. Kelas Interval.....	53
8. Tanggapan Responden Terhadap <i>Digital Marketing</i>	54
9. Tanggapan Responden Terhadap <i>Influencer Marketing</i>	56
10. Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Image</i>	58
11. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	61
12. Hasil Uji Validitas.....	63
13. Hasil Uji Reliabilitas	73
14. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	66
15. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov.....	69
16. Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
17. Hasil Uji F.....	71
18. Hasil Uji Koefisien Determinasi	72
19. Hasil Uji Hipotesis (Uji-t).....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Rerangka Konseptual	31
2. Logo Azarine	50
3. Grafik Hasil Uji Normalitas Menggunakan Probability Plot.....	68
4. Grafik Hasil Uji Heteroskedastistas	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kusioner Penelitian	87
2. Tabulasi Data	85
3. Hasil Output SPSS Statistik Deskriptif.....	93
4. Hasil Output SPSS Validitas dan Reliabilitas	102
5. Hasil Output SPSS Asumsi Klasik	106
6. Hasil Output SPSS Uji Kelayakan Model	107