

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN INFLUENCER  
MARKETING TERHADAP MINAT BELI GENERASI  
MILLENIAL Z PADA BRAND ERIGO**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan  
Dalam memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program studi: Manajemen**



**Disusun oleh:  
KRISNAJAYA PERWIRA  
19022000258**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2023**

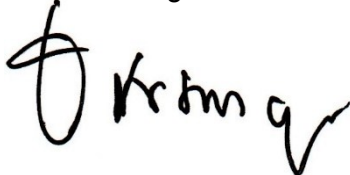
## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Krisnajaya Perwira  
NIM : 19022000258  
Universitas : Universitas Merdeka Malang  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : **PENGARUH BRAND IMAGE DAN INFLUENCER  
MARKETING TERHADAP MINAT BELI GENERASI  
MILLENNIAL Z PADA BRAND ERIGO**

Malang, 21 Juni 2023

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi



( Mohamad Nur Singgih. SE., MM)

Dosen Pembimbing



(Drs. Nirwana, M.M.)

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Rudy Wahyono.,M.Si )

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI  
PENGARUH BRAND IMAGE DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP  
MINAT BELI GENERASI MILLENNIA Z PADA BRAND ERIGO**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Krisnajaya Perwira**

19022000258

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 24 Februari 2023

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



(Drs. Nirwana, M.M)

Sekretaris Penguji



(Rofikul Amin, SE., MM)

Anggota Penguji



(Dra. Sunaryati Hardiani, MM)

**Skripsi ini telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan**

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 24 Februari 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang



  
Dr. RUDY WAHYONO., M.Si

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Krisnajaya Perwira  
Nomor Pokok : 19022000258  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Kajian Skripsi : Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH BRAND IMAGE DAN INFLUENCER  
MARKETING TERHADAP MINAT BELI  
GENERASI MILLENNIAL Z PADA BRAND ERIGO  
Alamat Rumah Asal : Jl Kepodang No. 27 RT 10 RW 05 Kelurahan  
Sukun Kecamatan Sukun Kota Malang  
No. Telp/HP : 081336976517

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut di atas adalah benar-benar karya saya dan tidak melakukan plagiasi. Jika saya melakukan plagiasi maka saya bersedia untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pemyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 21 Juni 2023

Peneliti



(Krisnajaya Perwira)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH BRAND IMAGE DAN INFLUNCER MARKETING TERHADAP MINAT BELI GENERASI MILLENIAL Z PADA BRAND ERIGO”**. Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Merdeka Malang.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak maka penulisan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah berperan dalam penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis ucapkan pada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena kami selalu diberikan kesehatan dan tanpa izin-Nya kami tidak bisa melaksanakan semua kegiatan dengan baik dan lancar.
2. Bapak Dr. Rudy Wahyono., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
3. Bapak Drs. Mohamad Nur Singgih. SE., MM selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang
4. Ibu Krisnawuri Handayani. SE., MM selaku sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
5. Bapak Drs. Nirwana, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan juga motivasi, mendukung dan membimbing dalam proses penyelesaian skripsi ini.

6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengalaman bagi saya.
7. Seluruh keluarga terutama kedua orang tua saya. Karena tanpa doa dan dukungan dari mereka penulis tidak akan dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
8. Teman-teman satu kelas yang selalu memberi semangat serta selalu memberi bantuan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu kritik dan saran dari pembimbing sangat saya harapkan demi kesempurnaan penyusunan.

*Last but not least, I wanna thank me I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and trying give more than I receive, I wanna thank me for trying do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Malang, 22 Juni 2023

Penulis

(Krisnajaya Perwira)

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Kegunaan Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
A. Landasan Teori .....	8
1. Minat Beli.....	8
2. Indikator Minat Beli.....	9
3. Faktor yang mempengaruhi Minat Beli.....	9
4. Aspek Minat Beli .....	10
5. Brand Image.....	11
6. Indikator Brand Image.....	11
7. Influencer Marketing.....	12
8. Indikator Influencer Marketing .....	13
B. Pengembangan hipotesis .....	14
C. Penelitian Terdahulu .....	15
D. Kerangka Pemikiran.....	18
BAB III METODE PENELITIAN .....	19
A. Definisi operasional variable .....	19
B. Lingkup penelitian .....	20

C. Lokasi penelitian .....	21
D. Populasi dan teknik penarikan sampel .....	21
E. Jenis dan sumber data.....	23
F. Teknik pengumpulan data.....	24
G. Teknik Analisis Data.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	31
A. HASIL PENELITIAN.....	31
1. Sejarah Erigo.....	31
2. Karakteristik Responden.....	31
3. karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden .....	32
4. Analisis deskriptif .....	33
B. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran .....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55

## DAFTAR TABEL

Table 1 Penelitian Terdahulu .....	15
Table 2 Karakteristik Usia Responden .....	31
Table 3 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	32
Table 4 Deskriptif Variabel X1f .....	33
Table 5 Deskriptif Variabel X2 .....	35
Table 6 Deskriptif Variabel Y .....	38
Table 7 Uji Validitas .....	42
Table 8 Uji Realibilitas .....	43
Table 9 Uji Normalitas.....	44
Table 10 Uji Multikolinearitas.....	45
Table 11 Uji Heteroskedastiditas .....	46
Table 12 Uji Signifikasi.....	49
Table 13 Uji F.....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Nilai Residual .....	45
Gambar 2 Scatterplot.....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner .....	57
Lampiran 2. Tabulasi Data .....	60
Lampiran 3. Output SPSS.....	64
Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	77
Lampiran 5. Berita Acara Perbaikan Skripsi.....	78

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh brand image terhadap minat beli generasi millennial z pada brand Erigo dan pengaruh influencer marketing terhadap minat beli generasi millennial z pada brand Erigo. Brand image adalah proses pemilihan, pengorganisasian, serta penerjemahan seluruh informasi dari produk tertentu, sehingga dapat mewujudkan representasi bermakna dari produk yang bersangkutan. Sedangkan influencer marketing adalah seseorang atau figur dalam media sosial yang memiliki jumlah pengikut yang banyak atau signifikan, dan hal yang mereka sampaikan dapat mempengaruhi perilaku dari pengikutnya. Minat beli adalah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih dan mengkonsumsi suatu produk. Minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah berpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk dan informasi suatu produk.

Populasi dalam penelitian ini generasi millennial z yang pernah melakukan pembelian pada brand Erigo yang berjumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, uji t, uji f. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program software SPSS (versi 25.00). Secara simultan brand image dan influencer marketing berpengaruh terhadap minat beli generasi millennial z pada brand erigo.

Kata kunci : brand image, influncer marketing, dan minat beli

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to find out and analyze the effect of brand image on the buying interest of millennial z generation on the Erigo brand and the influence of influencer marketing on the buying interest of the millennial z in the Erigo brand. Brand image is the process of selecting, organizing, and translating all information from certain products, so as to realize the meaningful representation of the product concerned. Whereas influencer marketing is a person or figure in social media who has a large or significant number of followers, and what they convey can affect the behavior of his followers. Interest in buying is a consumer behavior where consumers have the desire in choosing and consuming a product. Purchase interest will arise if a consumer has influenced the quality and quality of a product and information of a product.*

*The population in this study the millennial z generation who had made a purchase at the Erigo brand, totaling 100 people. Data collection techniques in this study use questionnaires. The data analysis technique in this study uses the classic assumption test, t test, test f. Data processing in this study uses the SPSS software program (version 25.00). Simultaneously the brand image and influencer marketing affects the buying interest of the millennial z in the Erigo brand.*

*Keywords: brand image, influencer marketing, and buying interest*