

**PENGARUH *VISIBILITY*,  
*CREDIBILITY*, *ATTRACTIVENESS* DAN *POWER*  
*ENDORSER* TERHADAP NIAT BELI *STREET*  
*BOBA SUNTER GREENLAKE* DI JAKARTA UTARA**

**(Studi Kasus Pada Followers *Influencer* Instagram @FadilJaidi)**

**Oleh**

**Nama: Cynthia Putri Wijaya**

**NIM: 25180520**

**Skripsi**

**Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen**

**Konsentrasi Pemasaran**



**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**FEBRUARI 2022**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

## PENGESAHAN

**PENGARUH *VISIBILITY*,  
*CREDIBILITY*, *ATTRACTIVENESS* DAN *POWER*  
*ENDORSER* TERHADAP NIAT BELI *STREET*  
*BOBA SUNTER GREENLAKE* DI JAKARTA UTARA  
(Studi Kasus Pada Followers *Influencer* Instagram @FadilJaidi)**

**Diajukan Oleh**

**Nama: Cynthia Putri Wijaya**

**NIM: 25180520**

**Jakarta, 11 Februari 2022**

**Disetujui Oleh:**

Dosen Pembimbing

(Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE  
JAKARTA 2022**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## ABSTRAK

Cynthia Putri Wijaya / 25180520 / 2022 / Pengaruh *Visibility, Credibility, Attractiveness* dan *Power Endorser* Terhadap Niat Beli Street Boba Sunter Greenlake, Jakarta Utara (Studi Kasus Pada Followers *Influencer* Instagram @FadilJaidi) / Pembimbing: Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

Pada zaman yang kian modern dunia usaha sudah banyak sekali persaingan, hal tersebut timbul bersamaan dengan berkembangnya kecanggihan teknologi. Sistem perdagangan yang berubah di zaman industri 4.0 dalam melakukan pemasaran jual beli secara *online* yang semakin mudah. Perkembangan internet memberikan dampak positif dalam perkembangan ekonomi global tanpa adanya batasan tempat, jarak, dan waktu. Selain itu untuk membantu agar produk dikenal dan banyak dibeli oleh konsumen maka pelaku bisnis menggunakan jasa *endorse*. *Endorse* merupakan suatu strategi pemasaran yang sering pelaku usaha gunakan dalam mengiklankan produknya, dikarenakan ada 2 pihak yakni *influencer* serta pengusaha yang bekerja sama, *endorse* ini sudah banyak dilakukan oleh para pelaku bisnis salah satunya yaitu Street Boba, Street Boba melakukan *endorse* melalui *Influencer* @FadilJaidi. Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul : Pengaruh *visibility, credibility, attractiveness* dan *power endorser* terhadap niat beli Street Boba Sunter Greenlake, Jakarta Utara.

Teori dasar dalam penelitian ini adalah teori grup referensi (*reference group*) yang menyatakan bahwa *visibility, credibility, attractiveness* dan *power* grup referensi berpengaruh pada niat beli.

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah datang ke Street Boba Sunter Greenlake dan juga *followers* dari Fadil Jaidi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan menggunakan *Judgmental Sampling*, dengan sample sebanyak 140 responden. Teknik analisis data yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, serta analisis regresi ganda. Data diolah menggunakan SPSS 24.

Kesimpulan penelitian ini adalah variabel *visibility, credibility, attractiveness*, dan *power endorse* terbukti berpengaruh terhadap minat beli konsumen Street Boba. Sebaiknya Street Boba mempertahankan menggunakan *Influencer* yang memiliki *visibility, credibility, attractiveness*, dan *power endorse* dalam mempromosikan produk serta memperluas pendistribusian produk untuk meningkatkan minat beli Street Boba Sunter Greenlake Jakarta Utara.

Kata Kunci: *Visibility, Credibility, Attractiveness, Power Endorse, Niat Beli, Grup referensi*

1. Dilarang mengutip, sebisa mungkin, dan menyalin atau mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.  
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Copyright © 2022 by Kwik Kian Gie School of Business. All rights reserved. This is an open access article under the CC BY-SA license.



## ABSTRACT

Cynthia Putri Wijaya / 25180520 / 2022 / The effect of Visibility, Credibility, Attractiveness and Power Endorser on Consumer Purchase Intention at Street Boba Sunter Greenlake, North Jakarta (Case Study on Instagram Followers influencer @FadilJaidi) / Supervisor: Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

*In an increasingly modern era, the business world has a lot of competition, this arises along with the development of technological sophistication. The trading system that changed in the industrial era 4.0 in making online buying and selling marketing easier. The development of the internet has had a positive impact on global economic development without any restrictions on place, distance, and time. In addition, to help make the product known and widely purchased by consumers, business people use endorse services. Endorse is a marketing strategy that businesses often use to advertise their products, because there are 2 parties, namely Influencers and entrepreneurs who work together, this endorsement has been done by many business people, one of which is Street Boba, Street Boba endorses through Influencer @FadilJaidi. Therefore, researchers are interested in conducting research with the title: The effect of visibility, credibility, attractiveness and power endorser on purchase interest at Street Boba Sunter Greenlake, North Jakarta.*

*The basic theory in this study is the reference group theory which states that the visibility, credibility, attractiveness and power of reference groups affect purchase intentions.*

*Respondents in this study were consumers who had come to Street Boba Sunter Greenlake and also followers of Fadil Jaidi. The sampling technique used is non-probability sampling using Judgmental Sampling, with a sample of 140 respondents. The data analysis technique used was validity test, reliability test, descriptive analysis, and multiple regression analysis. The data was processed using SPSS 24.*

*The conclusion of this study is that the Visibility, Credibility, Attractiveness, and Power Endorse variables proved to have an effect on the Purchase Interest of Street Boba consumers. According to the research results, Street Boba should maintain using Influencers who have Visibility, Credibility, Attractiveness, and Power Endorse in promoting products and expanding product distribution to increase buying interest in Street Boba Sunter Greenlake, North Jakarta.*

**Keywords:** *Visibility, Credibility, Attractiveness, Power Endorse, Purchase Intention, Reference Group*

Hak cipta dilindungi undang-undang. Tidak diperbolehkan untuk menyalin, mendistribusikan, atau melakukan tindakan lain yang melanggar hak cipta tanpa izin IBIKKG.  
1. Dilarang mengutip, mempergunakan, atau melakukan tindakan lain yang melanggar hak cipta tanpa izin IBIKKG.  
a. Penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Fakultas Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat yang melimpah sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun agar dapat memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen dengan konsentrasi pemasaran di Kwik Kian Gie School Of Business.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan kontribusi kepada peneliti baik berupa petunjuk, penjelasan, pengarahan, bimbingan, serta motivasi dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta arahan untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staf pengajar di Kwik Kian Gie School Of Business yang telah mengajar dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti selama perkuliahan.
3. Orang tua dan seluruh keluarga yang senantiasa selalu mendoakan, mendukung, memotivasi, serta memberi semangat untuk peneliti selama penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh teman-teman yang memberikan dukungan dan bantuan ketika peneliti merasa ada kesulitan selama menyusun skripsi serta pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya.





Akhir kata, Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih kurang sempurna dan banyak kekurangan mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca sangat bermanfaat bagi peneliti. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, Februari 2022

Cynthia Putri Wijaya

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

# DAFTAR ISI

PENGESAHAN .....	2
ABSTRAK .....	3
ABSTRACT .....	4
KATA PENGANTAR .....	5
DAFTAR ISI .....	7
DAFTAR TABEL .....	9
DAFTAR GAMBAR .....	11
DAFTAR LAMPIRAN .....	12
<b>BAB I</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Identifikasi Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Batasan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F. Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Landasan Teoritis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. <i>Reference Group</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. <i>Endorsement</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Niat beli .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Hipotesis Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Metode Penelitian</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Objek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Desain Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Variabel Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Teknik Pengambilan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.







E.	Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
F.	Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.	Uji Validitas .....	Error! Bookmark not defined.
2.	Uji Reliabilitas .....	Error! Bookmark not defined.
3.	Analisis Deskriptif .....	Error! Bookmark not defined.
4.	Skala Likert.....	Error! Bookmark not defined.
5.	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
6.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB IV</b> .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
1.	Profil Perusahaan .....	Error! Bookmark not defined.
B.	Analisis Deskriptif .....	Error! Bookmark not defined.
1.	Profil Responden.....	Error! Bookmark not defined.
2.	Analisis Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
C.	Hasil Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
1.	Uji validitas .....	Error! Bookmark not defined.
2.	Uji Reliabilitas .....	Error! Bookmark not defined.
3.	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4.	Uji Analisis Regresi Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
D.	Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB V</b> .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A.	Kesimpulan .....	Error! Bookmark not defined.
B.	Saran .....	Error! Bookmark not defined.
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber; dan mengizinkan penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu I.....	14
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu II.....	15
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu III.....	15
Tabel 3.1	Variabel Penelitian <i>Visibility</i> .....	21
Tabel 3.2	Variabel Penelitian <i>Credibility</i> .....	21
Tabel 3.3	Variabel Penelitian <i>Attractiveness</i> .....	22
Tabel 3.4	Variabel Penelitian <i>Power Endorse</i> .....	22
Tabel 3.5	Variabel Penelitian Minat Beli.....	23
Tabel 3.6	Skala Likert.....	27
Tabel 4.1	Analisis responden berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.2	Analisis responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.3	Analisis responden berdasarkan Pendidikan.....	35
Tabel 4.4	Analisis responden berdasarkan Status.....	36
Tabel 4.5	Nilai rata-rata <i>Visibility</i> .....	37
Tabel 4.6	Nilai rata-rata <i>Credibility</i> .....	38
Tabel 4.7	Nilai rata-rata <i>Attractiveness</i> .....	39
Tabel 4.8	Nilai rata-rata <i>Power Endorse</i> .....	40

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.9 Nilai rata-rata Niat Beli .....	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas <i>Visibility</i> .....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas <i>Credibility</i> .....	46
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas <i>Attractiveness</i> .....	47
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas <i>Power Endorse</i> .....	47
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	48
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	49
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (F).....	50
Tabel 4.20 Hasil Uji t.....	51
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	52

Hak Cipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.

## DAFTAR GAMBAR

<p><b>C</b> Hak cipta milik BKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>Gambar 1 Data Endorsement .....2</p> <p>Gambar 2 Kerangka Pemikiran.....17</p> <p>Gambar 3 Rentang skala likert.....28</p> <p>Gambar 4 Rentang skala <i>Visibility</i>.....37</p> <p>Gambar 4.2 Rentang skala <i>Credibility</i>.....38</p> <p>Gambar 4.3 Rentang skala <i>Attractiveness</i>.....39</p> <p>Gambar 4.4 Rentang skala <i>Power Endorse</i>.....40</p> <p>Gambar 4.5 Rentang skala Niat Beli.....,41</p>	
--	---	--



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	59
Lampiran 2	Data Kuesioner Responden.....	67
Lampiran 3	Uji Validitas.....	98
Lampiran 4	Uji Reliabilitas.....	103
Lampiran 5	Frekuensi data responden.....	104
Lampiran 6	Uji Asumsi Klasik.....	105
Lampiran 7	Uji Regresi.....	107
Lampiran 8	Hasil Turnitin.....	108

**© Hak cipta milik ISI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
    - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.