

**ANALISIS FAKTOR PENGGUNAAN  
*INFLUENCER* PADA SOSIAL MEDIA  
INSTAGRAM @PUVINA.ID**



OLEH:  
PULONG SUGIHARTO SANTOSO  
1723018009

PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2022

ANALISIS FAKTOR PENGGUNAAN *INFLUENCER* PADA  
SOSIAL MEDIA INSTAGRAM @PUVINA.ID

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis

Fakultas Kewirausahaan

OLEH :

PULONG SUGIHARTO SANTOSO

1723018009

PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA

2022

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Nama : Pulong Sugiharto Santoso  
NRP : 1723018009

Menyetujui karya ilmiah saya,

Judul : Analisis Faktor Penggunaan *Influencer* Pada Sosial Media Instagram @puvina.id

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau di media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan undang-undang hak cipta.

Demikianlah pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 04 November 2022

Yang Menyatakan,



Pulong Sugiharto Santoso

# HALAMAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR PENGGUNAAN *INFLUENCER* PADA  
SOSIAL MEDIA INSTAGRAM @PUVINA.ID

Oleh:

Pulong Sugiharto Santoso  
1723018009

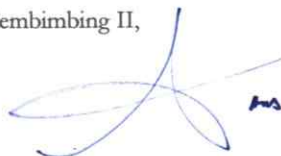
Pembimbing I,



Dr. Diyah Tulipa, M.M.

Tanggal: 15/12/2022 .

Pembimbing II,



Aldo Hardi Sancoko, SE., M.M.

Tanggal: 8-12-2022

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Pulong Sugiharto Santoso NRP: 1723018009  
Telah diuji pada tanggal 22 November 2022 dan dinyatakan lulus oleh  
Tim Penguji.

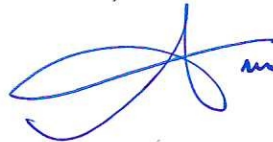
Ketua Tim Penguji,



Dr. Diah Tulipa, M.M.  
NIK 172.02.0543

Mengetahui:

Ketua Prodi,



Aldo Hardi Sancoko, SE., M.M.  
NIK 172.18.0997



Dekan,

Dr. Diah Tulipa, M.M.  
NIK 172.02.0543

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pulong Sugiharto Santoso

NRP : 1723018009

Judul Skripsi : Analisis Faktor Penggunaan *Influencer* Pada Sosial Media Instagram @povina.id

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 04 November 2022

Yang menyatakan,



SEPULUH RIBU RUPIAH  
1000  
METERAL TEMPEL  
EB657AKX092041235

Pulong Sugiharto Santoso

# HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR PENGGUNAAN *INFLUENCER* PADA  
SOSIAL MEDIA INSTAGRAM @PUVINA.ID

Oleh:

Pulong Sugiharto Santoso  
1723018009

Telah Disetujui dan Diterima Untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Diyah Tulipa, M.M.

Tanggal: 14/11/2022 .....

Pembimbing II,



Aldo Hardi Sancoko, SE., M.M.

Tanggal: 14-11-2022 .....

## KATA PENGANTAR

Segala syukur dan puji penulis panjatkan hanya bagi Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmatnya yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna memenuhi persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Bisnis di Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Judul dari penulisan skripsi ini adalah “Analisis Faktor Penggunaan *Influencer* Pada Sosial Media Instagram Puvina.id”. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena penulis menyadari segala keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, penulis membutuhkan masukan berupa kritik dan saran yang dapat membangun dari para pembaca. Tak lupa penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada seluruh rekan dan pihak yang telah mendukung, serta membantu penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, penulis haturkan pula terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Kuncoro Foe, G.Dip.Sc., Ph.D., Apt. Sebagai Rektor Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Dr. Diah Tulipa, MM. Selaku Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
3. Bapak Aldo Hardi Sancoko, SE, MM. Selaku Wakil Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
4. Kepada Dosen dan Karyawan dan seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan informasi guna kelancaran pengumpulan laporan skripsi.
5. Bapak Edy Santoso. Selaku ayah penulis yang telah memberikan banyak sekali dukungan, doa, dalam penyusunan laporan skripsi ini dan dalam masa studi yang telah di tempuh selama ini.
6. Ibu Titin Anggraeni Sumargo. Selaku ibu penulis yang telah memberikan banyak sekali dukungan, doa, dalam penyusunan



laporan skripsi ini dan dalam masa studi yang telah di tempuh selama ini.

7. Kepada Saudara Bingky Kurniawan Santoso. Selaku adik penulis yang telah memberikan banyak sekali dukungan, doa, dalam penyusunan laporan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
8. Kepada teman – teman yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan laporan penulisan skripsi tugas akhir ini, teria kasih atas doa, dukungan, dan saran yang diberikan.

Oleh sebab itu saya selaku penulis mengucapkan permohonan maaf jika terdapat kesalahan atau kekeliruan yang terdapat di dalam penulisan skripsi ini. Dengan senang hati, saya selaku penulis akan menerima kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. semoga karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 04 November 2022

Penulis,



(Pulong Sugiharto Santoso)

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSYARATAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH ...	ii
HALAMAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH ..	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	v
HALAMAN PERSETUJUAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian .....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	3
1.5 Manfaat Penelitian .....	3
1.6 Sistematika Penulisan .....	3
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	5
2.2 Landasan Teori .....	7
2.2.1 <i>Marketing Communication</i> .....	7
2.2.1.1 <i>Integrated Marketing Communication</i> .....	8
2.2.2 <i>Influencer</i> .....	9
2.2.3 Instagram .....	12
2.2.3.1 Fitur Instagram .....	13
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	16
2.4 Kerangka atau Model Konseptual .....	16
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Desain Penelitian .....	17
3.2 Objek Penelitian .....	17
3.3 Populasi dan Sampel .....	17

3.3.1	Populasi .....	17
3.3.2	Sampel .....	17
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	18
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	18
3.5.1	Variabel Penelitian .....	18
3.5.2	Definisi Operasional .....	19
3.6	Statistik Deskriptif .....	19
3.7	Prosedur Analisis Faktor .....	20
BAB 4.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner .....	22
4.2	Karakteristik Responden .....	23
4.3	Hasil Analisis Faktor .....	27
4.3.1	Penentuan Variabel .....	27
4.3.2	Uji Korelasi Dan Kelayakan Suatu Variabel .....	29
4.3.3	Proses Ekstraksi atau <i>Factoring</i> .....	30
4.3.4	Rotasi Faktor .....	33
4.4	Pembahasan .....	38
BAB 5.	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan .....	41
5.2	Saran .....	41
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	42
DAFTAR PUSTAKA	.....	43
LAMPIRAN	.....	45

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	5
Tabel 4.1 Jumlah Responden .....	22
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	23
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	23
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	24
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	24
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan ....	25
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Skala Usaha ...	26
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Usaha ..	26
Tabel 4.9 Nilai KMO dan Bartlett's Test .....	29
Tabel 4.10 Nilai Anti Image Matrices Variabel Setelah Uji MSA ..	29
Tabel 4.11 Kontribusi Variabel Hasil Ekstraksi .....	30
Tabel 4.12 Hasil Ekstraksi PCA .....	31
Tabel 4.13 Jumlah Faktor Hasil Ekstraksi (PCA) .....	32
Tabel 4.14 Component Matrix Sebelum Rotasi Varimax .....	33
Tabel 4.15 Component Matrix Setelah Rotasi Varimax .....	34
Tabel 4.16 Kelompok Faktor Hasil Rotasi .....	35
Tabel 4.17 Hasil Interpretasi Variabel .....	36

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Instagram .....	1
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	16

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Demografi

Lampiran 3. Hasil Analisis Faktor

## ABSTRAK

Instagram merupakan *platform* yang menarik, terkait dengan eksplorasi *brand* atau *publisher* mengembangkan kanal pemasaran. Tidak dapat dipungkiri bahwa Instagram merupakan *platform* yang sering digunakan. Instagram memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh *platform* lain yaitu dapat digunakan untuk kepentingan pribadi, korporasi maupun sebagai media iklan suatu merek dagang tertentu. Penelitian ini bertujuan menentukan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan *influencer* pada sosial media Instagram Puvina.id. Jumlah responden penelitian ini adalah 100 orang pemilik usaha. Area penelitian meliputi Surabaya dan sekitarnya. Data penelitian diolah dengan menggunakan SPSS dengan melihat *Bartlett Test of Sphericity* dan *Measure of Sampling Adequacy*. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor yang membentuk penggunaan *influencer* pada Puvina.id adalah *expertise* dan *content*, *community*, *authenticity* dan *brand fit*. Faktor *expertise* dan *content* memiliki 7 faktor pembentuk, faktor *community* memiliki 6 pembentuk, faktor *authenticity* memiliki 4 pembentuk, dan faktor *brand fit* memiliki 2 pembentuk. Hasil temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan bagi Puvina.id untuk mengelola *influencer* yang lebih baik.

Kata Kunci: *Expertise* dan *Content*, *Community*, *Authenticity*, *Brand Fit*.

## **ABSTRACT**

*Instagram is an interesting factor related to the exploration of brand and publishers in developing marketing channels. Moreover, Instagram is the most widely used and frequently used platform today. Both for personal and corporate as and advertising media. This study aims to determine what factors are formed the use of influencers in advertising in the Instagram Puvina.id. Respondents used in this study were 100 business owners whose are domiciled in Surabaya and surrounding areas. The data was processed using SPSS with the Bartlett test of Sphericity and Measure of adequate sampling. The results of the study indicate that there are 4 factors that influence the selection of influencers by consumers refer to evaluation on Instagram Puvina.id. Those are expertise and content, community, authenticity, and brand fit. Expertise and content factors consists of 7 indicators, community has 6 indicators, authenticity has 4 indicators, and brand fit consists of 2 indicators. The results of this study are expected to provide input for Puvina.id in selecting and managing influencers properly.*

*Keywords: Expertise and Content, Community, Authenticity, Brand Fit.*