

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SOCIAL MEDIA INFLUENCER*,
DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI *LUXURY*
PRODUCT DI MEDIASI PERSEPSI NILAI**

SKRIPSI



Nama : Muhammad Zaqiyan Al Hadi

Nim : 43121010405

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SOCIAL MEDIA INFLUENCER*,
DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI *LUXURY*
PRODUCT DI MEDIASI PERSEPSI NILAI**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Zaqiyan Al Hadi

NIM : 43121010405

Program Studi : Manajemen S-1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan Tindakan Plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 17 Juni 2025



Muhammad Zaqiyan Al Hadi

NIM 43121010405

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : MUHAMMAD ZAQIYAN AL HADI
NIM : 43121010405
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH BRAND IMAGE, SOCIAL MEDIA INFLUENCER, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI LUXURY PRODUCT DI MEDIASI PERSEPSI NILAI
Hasil Pengecekan Turnitin : 29%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **29%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 05 November 2025
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

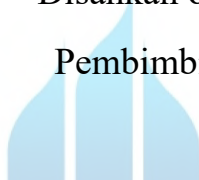
2025/November/05/0000000667/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Zaqiyan Al Hadi
NIM : 43121010405
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SOCIAL MEDIA INFLUENCER*, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI *LUXURY PRODUCT* DI MEDIASI PERSEPSI NILAI
Tanggal Lulus Ujian : 21 Agustus 2025

Disahkan oleh:

Pembimbing



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Arief Bowo Prayoga Kasmoo, S.E., M.M., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dr. Nurul Hidayah, M.Si

Dudi Permana, Ph.D

ABSTRAK

Globalisasi membawa perubahan terhadap gaya hidup Masyarakat, khususnya di DKI Jakarta. Hal ini mendorong Masyarakat menjadi lebih konsumtif dalam berbelanja, terutama disektor *fashion luxury*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Brand Image*, *Social Media Influencer* dan Gaya Hidup terhadap Minat Pembelian *Luxury Product* yang dimediasi oleh Persepsi Nilai. Variabel penelitian ini yaitu *Brand Image*, *Social Media Influencer*, Gaya Hidup, Minat Beli dan Persepsi Nilai. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat di daerah DKI Jakarta yang memiliki minat terhadap *luxury product*. Metode penelitian yang digunakan adalah Kuantitatif dengan desain kausal. Sampel berjumlah 210 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* melalui pendekatan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner berskala likert, dan dianalisis menggunakan PLS-SEM. Hasil penelitian yaitu secara pengaruh langsung *Brand Image*, *Social Media Influencer* dan Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Persepsi Nilai dapat memediasi pengaruh *Brand Image* dan Gaya Hidup kepada Minat Beli tetapi tidak dapat memediasi pengaruh *Social Media Influencer* kepada Minat Beli.

Kata Kunci : Citra Merek, *social media influencer*, gaya hidup, minat beli, persepsi nilai

ABSTRACT

Globalization brings changes to people's lifestyles, especially in DKI Jakarta. This encourages people to be more consumptive in shopping, especially in the luxury fashion sector. This study aims to examine the influence of Brand Image, Social Media Influencers and Lifestyle on Purchase Intention of Luxury Products mediated by Perceived Value. The research variables are Brand Image, Social Media Influencers, Lifestyle, Purchase Intention and Perceived Value. The population in this study is people in the DKI Jakarta area who have an interest in luxury products. The research method used is Quantitative with a causal design. The sample amounted to 210 respondents. The sampling technique used is nonprobability sampling through a purposive sampling approach. The data collection technique used a Likert scale questionnaire, and was analyzed using PLS-SEM. The results of the study are the direct influence of Brand Image, Social Media Influencers and Lifestyle have a positive and significant effect on Purchase Intention. Perceived Value can mediate the influence of Brand Image and Lifestyle on Purchase Intention but cannot mediate the influence of Social Media Influencers on Purchase Intention.

Keywords: *Brand image, social media influencer, lifestyle, purchase intention, value perception*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-nya, sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul **“PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI *LUXURY PRODUCT* DIMEDIASI PERSEPSI NILAI”** ini ditunjukkan untuk memenuhi persyaratan mata kuliah akademik guna memperoleh gelar sarjana Manajemen Strata Satu pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E., M.M., Ph.D, dan semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Allah SWT, segala puji Syukur atas segala kemudahan yang diberikan oleh-nya
2. Kepada orang tua penulis Ibu Nenny Mariani dan Winanto yang selalu memberikan dukungan moral, spiritual dan terutama material hingga detik ini
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Semua dosen yang telah mengajar Praktikan selama berkuliah di Universitas Mercu Buana dan seluruh tenaga kependidikan Universitas Mercu Buana yang telah membantu Praktikan dalam kegiatan administratif.
7. Kepada Ananda Zahra, pacar saya yang selalu mendukung dari semua proses.
8. Kepada teman di universitas mercu buana yang membantu dalam masa perkuliahan berlangsung.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Akhir

kata penulis mengucapkan terimakasih sebanyak banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu, dan semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dalam setiap perbuatan baik kita. Amiin.

Jakarta, 17 Juni 2025



Muhammad Zaqiyan Al Hadi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
SURAT KETERANGAN HASIL TURNITIN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
A. Kajian Pustaka.....	14
1. Perilaku konsumen	14
2. Minat beli	19
3. Persepsi nilai	23
4. Brand image	26
5. Social Media Influencer	29
6. Gaya Hidup	33
B. Penelitian Terdahulu.....	36
C. Pengembangan Hipotesis	41

D. Kerangka Pemikiran.....	44
BAB III.....	46
METODE PENELITIAN	46
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	46
B. Desain Penelitian.....	46
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	47
D. Skala Pengukuran Variabel	49
E. Populasi dan Sampel Penelitian	50
F. Metode Pengumpulan Data	52
G. Metode Analisis Data	53
1. Analisis Deskriptif	54
2. Uji Instrumen	56
BAB IV	64
HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	64
A. Analisis Deskriptif	65
B. Deskriptif Variabel	68
B. Analisis Partial Least Square	81
A. Outer Model	81
B. Inner Model	90
f. Pembahasan Hasil Penelitian	98
g. Pembahasan Variabel Mediasi.....	108
BAB V.....	111
SIMPULAN DAN SARAN.....	111
A. Simpulan	111
B. Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN.....	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Survey	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1 Operasional Variabel	48
Tabel 3.2 Skala Likert	50
Tabel 4. 2 Garis dan Rentang Usia.....	65
Tabel 4. 3 Pekerja Responden	66
Tabel 4. 4 Penghasilan Respon.....	66
Tabel 4. 5 Domisili Responden	67
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Brand Image.....	68
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Social Media Influencer.....	70
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Gaya Hidup	73
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel Minat Beli	75
Tabel 4. 10 Deskriptif Persepsi Nilai	78
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	82
Tabel 4. 12 Hasil Uji HTMT	84
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Fornell Larcker Criterion</i>	85
Tabel 4. 14 Hasil <i>Uji Cross Loading</i>	86
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	89
Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>Conbanch's Alpha & Composite Reability</i>	90
Tabel 4. 17 Hasil Uji <i>R- Square</i>	91
Tabel 4. 18 Hasil Uji <i>F- Square</i>	92
Tabel 4. 19 Hasil <i>Q2 Predictive Relevance</i>	93
Tabel 4. 20 Hasil Uji Hipotesis	94
Tabel 4. 21 Uji Pengaruh Mediasi Persepsi Nilai	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	45
Gambar 4.1 Hasil Uji Algorithm PLS	82
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Boothstraping</i>	94



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	120
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	128
Lampiran 3 Deskripsi Responden	154
Lampiran 4 Convergent Validity	156
Lampiran 5 Uji HTMT.....	157
Lampiran 6 Uji Fornell Larcker Criterion.....	157
Lampiran 7 Uji Cross Loading.....	158
Lampiran 8 Uji Average Variance Extracted (AVE)	159
Lampiran 9 Uji Cronbach's Alpha & Composite Reliability	159
Lampiran 10 Uji R- Square	160
Lampiran 11 Uji F- Square.....	160
Lampiran 12 Q2 Predictive Relevance	160
Lampiran 13 Bootstrapping	161
Lampiran 14 Hasil Uji Hipotesis	161

