

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA SOMETHINC DI KOTA BEKASI**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Sintadama Apriyanti

NPM: 41183402190098



Strata I

Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM 45

FAKULTAS EKONOMI

BEKASI

2026

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA SOMETHINC DI KOTA BEKASI**

Tanggal: 19 Juni 2026

Oleh

Sintadama Apriyanti

NPM: 41183402190098

Disetujui,

Pembimbing



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SOMETHINC DI KOTA BEKASI

Tanggal: 26 Juni 2026

Oleh

Sintadama Apriyanti

NPM: 41183402190098

Diuji oleh,

Penguji I



Yunike Berry, S.M.B., M.Sc., CFP.

Penguji II



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Mengetahui,

Pembimbing



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.



Dr. Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sintadama Apriyanti

NPM : 41183402190098

Judul Skripsi Penelitian : *PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SOMETHINC DI KOTA BEKASI*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi mana pun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera pada daftar pustaka. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan duplikasi atau plagiarisme ataupun terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik atau sanksi yang berlaku. Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun.

Bekasi,



Sintadama Apriyanti

NPM: 41183402190098

ABSTRAK

Sintadama Apriyanti (41183402190098)

Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Brand Somethinc.

xiv + 112 hal + 21 tabel + 3 gambar + 2025 + 22 lampiran

Kata Kunci: *Influencer Marketing*, *Brand Image* dan Kepuasan Konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen Somethinc di Kota Bekasi. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Untuk analisis data menggunakan uji statistik dan perhitungan menggunakan regresi berganda dengan program IBM SPSS versi 24.

Hasil uji penelitian statistik menunjukkan bahwa *influencer marketing* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Somethinc di Kota Bekasi, yang dibuktikan hasil uji t diperoleh thitung variabel *influencer marketing* (X1) adalah 5,781 dan nilai ttabel 1,984 maka thitung > ttabel ($5,781 > 1,984$) dengan nilai signifikansi ($0,00 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti *influencer marketing* (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Somethinc. Kemudian thitung variabel *brand image* (X2) adalah 4,740 dan nilai ttabel 1,984 maka thitung > ttabel ($4,740 > 1,984$) dengan nilai signifikansi ($0,00 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti *brand image* (X2) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Somethinc di Kota Bekasi.

Hasil koefisien korelasi (R^2) yang secara simultan (bersama-sama) antara variabel *influencer marketing* (X1) dan *brand image* (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah 0,670. Ini artinya bahwa 67% variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh *influencer marketing* dan *brand image*. Sisanya 33% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Daftar Pustaka: 32 (2008 – 2026)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan ridhoi-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen *Something* di Kota Bekasi”.

Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan gelar Sarjana Manajemen Universitas Islam 45 Bekasi.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, dan sarannya kepada:

1. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan bersemangat memberikan bimbingan, arahan, masukan, dan perhatian kepada penulis. Sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu Dr. Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi yang telah berkontribusi memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Teristimewa peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Odang dan Ibu Haliyana yang selalu memberikan motivasi, doa, saran, nasehat, serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis, yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup.
6. Terima kasih kepada adik saya tercinta Siti Nur Maeihara, yang telah memberikan dukungan luar biasa selama proses penulisan skripsi ini.
7. Kepada suami saya Farchan Abu Rizal, terima kasih atas dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada anak tercinta Muhammad Zayyan Keenandra, si kecil yang selalu menjadi sumber kebahagiaan dan semangat dalam hidup penulis. Meskipun usiamu masih kecil, kehadiranmu

memberikan kekuatan luar biasa bagi penulis untuk terus berjuang dan menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas senyuman, tawa, dan kasih sayang yang selalu menguatkan di setiap langkah. Semoga kelak kamu tumbuh menjadi pribadi yang hebat dan membanggakan.

9. Terima kasih juga saya sampaikan kepada diri saya sendiri yang telah berupaya dengan penuh kesungguhan, ketekunan, dan tanggung jawab dalam menyelesaikan skripsi ini. Segala proses yang dilalui, baik suka maupun duka, menjadi bagian penting dalam pembelajaran dan pencapaian ini.
10. Teman-teman Prodi Manajemen angkatan yang tidak bisa penulis sebut namanya satu persatu, terima kasih atas dukungan dan motivasinya selama ini.
11. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat dituliskan satu persatu. Penulis ucapkan terima kasih atas dukungan dan semangat yang diberikan.

Demikian ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dan membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga segala niat dan perilaku baik yang telah diberikan kepada penulis sebagai bentuk kasih sayang menjadi berkah untuk kita semua dan setiap kebaikan dibalas berkali lipat oleh Allah SWT. Disamping itu, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Dengan segala kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan adanya kritik, saran, serta masukan sebagai perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membaca.

Bekasi, 03 Juli 2026

Penulis

Sintadama
Apriyanti NPM:
41183402190098

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.4 Ruang Lingkup atau Batasan Masalah	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.2 Indikator Kepuasan Konsumen	11
2.1.3 Faktor Pengaruh Kepuasan Konsumen	11
2.1.4 Manfaat Kepuasan Konsumen.....	12
2.1.5 Elemen Kepuasan Konsumen.....	13
2.2 <i>Influencer Marketing</i>	13
2.2.1 Pengertian <i>Influencer Marketing</i>	13
2.2.2 Indikator <i>Influencer Marketing</i>	16
2.2.3 Jenis-Jenis <i>Influencer Marketing</i>	16
2.3 <i>Brand Image</i>	17
2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	17
2.3.2 Faktor-Faktor <i>Brand Image</i>	19
2.3.3 Dimensi <i>Brand Image</i>	20
2.3.4 Komponen <i>Brand Image</i>	20
2.3.5 Indikator <i>Brand Image</i>	21

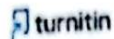
2.4 Penelitian Terdahulu	23
2.5 Kerangka Pemikiran	28
2.6 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian	31
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.4 Data Penelitian	33
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	33
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Instrumen Penelitian	34
3.5.1 Variabel Kepuasan Konsumen	34
3.5.2 Variabel <i>Influencer Marketing</i>	36
3.5.3 Variabel <i>Brand Image</i>	37
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.6.1 Uji Validitas	38
3.6.2 Uji Reliabilitas	39
3.7 Uji Asumsi Klasik	39
4.7.1 Uji Normalitas	40
4.7.2 Uji Multikolinieritas	40
4.7.3 Uji Heteroskedastisitas	40
3.8 Uji Hipotesis	41
3.8.1 Analisis Regresi Berganda	41
3.8.2 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)	41
3.8.3 Uji Signifikan Simultan (Uji F)	42
3.8.4 Koefisiensi Determinasi (R^2)	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	43
4.2 Profil Data Responden	43
4.3 Deskripsi Variabel	44
4.3.1 Deskripsi Data Variabel Kepuasan Konsumen	44
4.3.2 Deskripsi Data Variabel <i>Influencer Marketing</i>	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survei Kepuasan Konsumen Somethinc.....	3
Tabel 1.2 Hasil Pra Survei Faktor Kepuasan Konsumen.....	4
Tabel 1.3 Hasil Pra Survei <i>Influencer Marketing</i>	6
Tabel 1.4 Hasil Pra Survei <i>Brand Image</i>	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Data Riwayat Pembelian Responden.....	44
Tabel 4.4 Skor Jawaban Responden atas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)...	45
Tabel 4.5 Skor Jawaban Responden atas Variabel <i>Influencer Marketing</i> (X1).	46
Tabel 4.6 Skor Jawaban Responden atas Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Influencer Marketing</i> (X1).....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Brand Image</i> (X2)	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Data	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji t (Parsial)	57
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan)	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Kosmetik Produk Hybrid	2
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	28
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55



Page 1 of 81 - Cover Page

Submission ID: 00000000000000000000



Page 2 of 81 - Integrity Overview

Submission ID: 00000000000000000000

27% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text
- Small Matches (less than 21 words)

Top Sources

- 22% Internet sources
- 6% Publications
- 23% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.



Page 2 of 81 - Integrity Overview

Submission ID: 00000000000000000000



Page 3 of 81 - Integrity Overview

Submission ID: 00000000000000000000