

Lampiran penelitian

KUESIONER

Identitas Responden:

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki (✓) ☐ Perempuan ☒
3. Umur Tahun
4. Pendidikan Terakhir :
5. Pekerjaan :

PETUNJUK PENGISIAN

Isilah Kuesioner dengan baik berdasarkan pernyataan berikut ini, berilah tanda ceklis (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut tanggapan Saudara/i. di setiap pernyataan yang diberikan pada kuesioner memiliki 5 alternatif jawaban, yakni:

- | | |
|--------------------------------|---------------|
| 1. (SS) = Sangat Setuju | Dengan Skor 5 |
| 2. (S) = Setuju | Dengan Skor 4 |
| 3. (KS) = Kurang Setuju | Dengan Skor 3 |
| 4. (TS) = Tidak Setuju | Dengan Skor 2 |
| 5. (STS) = Sangat Tidak Setuju | Dengan Skor 1 |

Lampiran penelitian

DAFTAR PERTANYAAN

INFLUENCER MARKETING

No.	Instrumen/ Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Menurut saya, <i>influencer Marketing</i> yang digunakan dalam mempromosikan sepeda motor honda dapat memberikan informasi yang akurat tentang fitur dan spesifikasi terkait produk sepeda motor honda.					
2.	Saya percaya bahwa rekomendasi <i>influencer Marketing</i> tentang sepeda motor honda dapat mempengaruhi keputusan pembelian saya.					
3.	Saya merasa bahwa <i>influencer Marketing</i> yang digunakan oleh PT.Kencana Mulia abadi memiliki reputasi yang baik dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian saya					
4.	Foto dan video <i>influencer Marketing</i> yang digunakan oleh PT. Kencana Mulia abadi memiliki penampilan yang profesional dan dapat meningkatkan kepercayaan					

5.	<i>Influencer Marketing</i> yang digunakan oleh PT. Kencana Mulia abadi mampu memahami kebutuhan dan preferensi konsumen sepeda motor honda seperti saya.					
6.	Menurut saya dengan adanya <i>Influencer Marketing</i> membuat saya lebih mengenal produk sepeda motor Honda dengan jelas.					
7.	Menurut saya <i>Influencer</i> yang mempromosikan sepeda Motor Honda memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk Sepeda Motor Honda.					
	terhadap merek sepeda motor Honda.					

KEPUTUSAN PEMBELIAN

No.	Instrumen/ Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Sepeda Motor Honda adalah pilihan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan saya karena memiliki fitur dan spesifikasi yang sesuai dengan preferensi saya.					
2.	Saya akan mempertimbangkan beberapa merek sebelum memutuskan untuk membeli sepeda motor honda.					
3.	Saya memutuskan untuk membeli sepeda motor honda di PT. Kencana Mulia Abadi karena sesuai dengan kebutuhan saya dan dengan harga yang terjangkau.					
4.	Saya akan mempertimbangkan kembali. waktu yang tepat sebelum membeli sepeda Motor Honda.					
5.	Saya akan berencana untuk membeli lebih dari satu unit sepeda Motor Honda di PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli.					

Lampiran penelitian

Hasil Uji Validitas Variabel X

Correlations									
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	TOTAL
X.1	Pearson Correlation	1	.801**	.557**	.177	.168	.090	-.013	.743**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.078	.094	.372	.899	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X.2	Pearson Correlation	.801**	1	.541**	.264**	.239*	.165	.015	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.008	.017	.100	.878	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X.3	Pearson Correlation	.557**	.541**	1	.475**	.284**	-.154	-.123	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.004	.126	.222	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X.4	Pearson Correlation	.177	.264**	.475**	1	.461**	-.027	.014	.558**
	Sig. (2-tailed)	.078	.008	.000		.000	.787	.890	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X.5	Pearson Correlation	.168	.239*	.284**	.461**	1	.330**	.201*	.589**
	Sig. (2-tailed)	.094	.017	.004	.000		.001	.045	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X.6	Pearson Correlation	.090	.165	-.154	-.027	.330**	1	.620**	.411**
	Sig. (2-tailed)	.372	.100	.126	.787	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X.7	Pearson Correlation	-.013	.015	-.123	.014	.201*	.620**	1	.339**
	Sig. (2-tailed)	.899	.878	.222	.890	.045	.000		.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

TOTAL	Pearson Correlation	.743**	.795**	.675**	.558**	.589**	.411**	.339**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									

Lampiran penelitian

Hasil Uji Validitas Variabel Y

Correlations							
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.298**	.297**	.157	.360**	.600**
	Sig. (2-tailed)		.003	.003	.120	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.298**	1	.166	.470**	.063	.559**
	Sig. (2-tailed)	.003		.099	.000	.535	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.297**	.166	1	.353**	.390**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.003	.099		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.157	.470**	.353**	1	.245*	.684**
	Sig. (2-tailed)	.120	.000	.000		.014	.000

	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.360**	.063	.390**	.245*	1	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.535	.000	.014		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.600**	.559**	.698**	.684**	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran penelitian

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X.1	27.01	5.889	.568	.625
X.2	27.02	5.535	.638	.600
X.3	26.89	6.442	.496	.649
X.4	26.76	7.134	.373	.681
X.5	26.36	7.223	.441	.668
X.6	26.37	7.852	.237	.709
X.7	26.67	8.042	.135	.732

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	16.04	8.342	.414	.601
Y.2	16.08	8.377	.336	.627
Y.3	16.35	7.078	.466	.566
Y.4	16.29	7.218	.452	.573
Y.5	16.48	6.575	.389	.618

Lampiran penelitian

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.72486834
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.081
	Negative	-.113
Test Statistic		.113
Asymp. Sig. (2-tailed)		.003 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.147
Point Probability		.000

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.815	1.987		1.920	.058
	Influencer_ Mareketing	-.048	.063	-.076	-.753	.453

Lampiran penelitian

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.273	3.178		1.974	.051
	Influencer_ Marketing	.450	.101	.409	4.437	.000

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.273	3.178		1.974	.051
	Influencer_ Marketing	.450	.101	.409	4.437	.000

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.409 ^a	.167	.159	3.014

Lampiran penelitian

Tabel r untuk df=1-50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322

34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Lampiran penelitian

Tabel r untuk df=51-100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468

86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran penelitian

T Tabel Untuk Alpha α 5%/1

df	Pr 0.50	0.25 0.20	0.10 0.10	0.05 0.050	0.025 0.02	0.01 0.010	0.005 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Lampiran penelitian

T Tabel Untuk Alpha α 5%/1

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

FOTO DOKUMENTASI







YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

Gunungsitoli, 04 Desember 2024

Perihal : Pengajuan Judul Rancangan Penelitian

Kpd Yth. Bapak Dosen Pembimbing
Yupiter Mendrofa, S.E., M.M

Dengan hormat,

1. Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Denesti Hulu

NIM : 2321303

Jumlah SKS yang sudah diselesaikan : 136 SKS

Dengan ini mengajukan Judul Rancangan Penelitian dan memohon kepada Bapak/Ibu kiranya dapat berkenan menyetujui salah satu judul yang saya ajukan di bawah ini :

No	Rancangan Judul Penelitian	Persetujuan	
		Tanggal	Paraf
1.	PENGARUH <i>INFLUENCER MARKETING</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT. KENCANA MULIA ABADI GUNUNGSITOLI	4/11-24	

2. Dengan permohonan ini saya ajukan dengan harapan semoga Bapak/Ibu dapat mempertimbangkannya.

Hormat saya,

Pemohon

Denesti Hulu



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec Gunungsitoli, Kota
Gunungsitoli Homepage : [https // mnj. unias.ac.id](https://mnj.unias.ac.id) email: mnj@unias.ac.id

OUTLINE TOPIK PENELITIAN SKRIPSI

Nama : **Denesti Hulu**
NIM : 2321303
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi
Tema : Strategi Pemasaran

Judul	PENGARUH <i>INFLUENCER</i> MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT. KENCANA MULIA ABADI GUNUNGSITOLI
Fenomena	Seiring dengan pesatnya perkembangan media sosial, <i>influencer marketing</i> menjadi salah satu strategi pemasaran yang populer di kalangan perusahaan, termasuk di PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli. Banyak <i>brand</i> yang kini memanfaatkan <i>influencer</i> dengan jumlah pengikut yang besar untuk mempromosikan produk mereka, karena dianggap lebih efektif menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih tersegmentasi. Namun, meskipun strategi ini terlihat menjanjikan, ada sejumlah pertanyaan mengenai sejauh mana pengaruh yang sebenarnya dari <i>influencer marketing</i> terhadap keputusan pembelian konsumen. 1. Peningkatan Aktivitas Konsumen di Media Sosial: Konsumen lebih sering berinteraksi dengan konten promosi yang dibagikan oleh <i>influencer</i>, baik itu berupa ulasan produk, tutorial, atau rekomendasi. Hal ini menunjukkan bahwa <i>influencer</i> dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam mempertimbangkan pembelian suatu produk.

	2. Persepsi Terhadap Keaslian dan Kepercayaan: Pengaruh <i>influencer</i> sering kali bergantung pada seberapa autentik dan terpercaya sosok <i>influencer</i> di mata audiensnya. Di PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli, <i>influencer</i> yang dianggap terpercaya dapat memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian, sementara <i>influencer</i> yang terkesan kurang otentik bisa menurunkan minat beli konsumen. 3. Keterlibatan <i>Influencer</i> dalam Proses Pemasaran: Beberapa <i>influencer</i> mungkin lebih fokus pada pemasaran berbasis kesan pribadi (<i>personal branding</i>), sementara yang lain lebih berorientasi pada promosi langsung. Ini bisa berdampak berbeda terhadap keputusan pembelian, dengan <i>influencer</i> yang lebih berfokus pada keterlibatan emosional cenderung menghasilkan dampak yang lebih kuat.
Lokus	PT. KENCANA MULIA ABADI GUNUNGSITOLI
Alamat	JL. DIPONEGORO NO.120 KOTA GUNUNGSITOLI
Latar belakang	Dalam era digital yang semakin maju, pemasaran melalui media sosial menjadi salah satu strategi yang paling efektif dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Salah satu bentuk pemasaran yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah <i>influencer marketing</i>. <i>Influencer marketing</i> melibatkan kolaborasi antara merek dengan individu yang memiliki pengaruh besar di media sosial untuk mempromosikan produk atau layanan kepada audiens mereka. Para <i>influencer</i>, dengan basis pengikut yang besar dan kredibel, memiliki kemampuan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama di kalangan generasi milenial yang lebih sering mengakses media sosial.

	konsumen. Pengikut cenderung lebih percaya pada rekomendasi yang diberikan oleh <i>influencer</i> yang mereka percayai, karena pesan tersebut terasa lebih personal dan bukan sekadar ajakan untuk membeli. Dalam konteks, PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli, membangun kepercayaan konsumen terhadap Sepeda Motor Honda yang diperjualakan, sangat penting, mengingat sifat produk yang lebih berfokus pada fungsionalitas dan kualitas, bukan pada daya tarik. Ohanian, R. (2019). Kepercayaan adalah salah satu faktor utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen lebih cenderung membeli produk yang direkomendasikan oleh <i>influencer</i> yang mereka anggap kredibel dan terpercaya. Kredibilitas <i>influencer</i> mencakup aspek keahlian (<i>expertise</i>) dan kepercayaan (<i>trustworthiness</i>) yang sangat penting untuk membangun hubungan yang kuat dengan audiens. Teori ini menjelaskan bahwa semakin tinggi kredibilitas seorang <i>influencer</i>, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.
Rumusan Masalah	Berdasarkan latar belakang di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1. Apakah ada Pengaruh <i>Infulencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli? 2. Seberapa besar Pengaruh <i>Infulencer Marketing</i> terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli ?
Tujuan Penelitian	1. Untuk Mengetahui pengaruh <i>influencer marketing</i> terhadap keputusan pembelian sepeda Motor Honda pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli 2. Untuk Mengetahui Seberapa besar Pengaruh <i>influencer Marketing</i> terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli

Metode Penelitian	metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian Kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang menggunakan data numerik untuk menguji hubungan antar variabel, menganalisis fenomena secara objektif, dan mengukur perbedaan atau pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya. Dalam penelitian kuantitatif, data dikumpulkan menggunakan instrumen yang terstruktur seperti kuesioner, tes, atau survei yang kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menemukan pola atau hubungan. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik. Penelitian ini umumnya dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner atau survei untuk mendapatkan informasi yang dapat digambarkan dengan angka. Data yang diperoleh akan dianalisis dengan metode statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya. Sugiyono juga menekankan bahwa penelitian kuantitatif sering digunakan untuk menilai hubungan antar variabel dan mengukur pengaruh atau dampak suatu faktor terhadap faktor lainnya.
Daftar Pustaka	Chahal, H., & Rani, S. (2019). Influence of Social Media on Consumer Buying Behavior: A Review. <i>Journal of Business and Management</i>, 21(4), 55-63. Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (2019). The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. <i>Advances in Experimental Social Psychology</i>, 12(1), 123-203. Ohanian, R. (2019). The Influence of Source Credibility on Consumer Decisions: A Case Study of Instagram Influencers. <i>International Journal of Marketing</i>, 33(2), 45-56.

Gunungsitoli, 04 Desember 2024

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing,



YUPITER MENDROFA, S.E., M.M
NIDN. 0112078103

Disahkan Oleh
Plt. Ketua Program Studi Manajemen,



IDARNI HAREFA, S.E., M.E
NIDN. 0128129102

Tembusan :

1. Kepala LPPM Universitas Nias
2. Dekan Fakultas Ekonomi

NIM :
 2321303
 NAMA MAHASISWA :
 DENESTI HULU
 PRODI :
 Manajemen
 JUDUL :
 PENGARUH INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT. KENCANA MULIA ABADI GUNUNGSITOLI
 Dosen Pembimbing :
 Yupiter Mendrofa, SE.,MM
 Konsentrasi :
 Pemasaran
 Tema :
 STRATEGI PEMASARAN

Riwayat Bimbingan Proposal

No	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
1	Pengaruh infulencer marketing terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada PT kencana mulia abadi Gunungsitoli <i>05 Mar 2025 13:41:50</i>	Dalam era digital yang semakin maju, pemasaran melalui media sosial menjadi salah satu strategi yang paling efektif dalam mempengaruhi keputusan pembelian.Salah satu bentuk pemasaran yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah influencer marketing. Influencer marketing melibatkan kolaborasi antara merek dengan individu yang memiliki pengaruh besar di media sosial untuk mempromosikan produk atau layanan kepada audiens mereka. Para influencer, dengan basis pengikut yang besar dan kredibel, memiliki kemampuan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama di kalangan generasi milenial yang lebih sering mengakses media sosial. Di Indonesia, PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli, sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di penjualan kendaraan bermotor.mulai memanfaatkan influencer	Perbaiki Bab I. Sempurnakan permasalahan penelitian, rapikan penulisan. Terimakasih <i>05 Mar 2025 14:10:34</i>

N
O

TOPIK

MATERI

CATATAN DOSEN

marketing sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Perusahaan ini menyadari bahwa perubahan preferensi konsumen yang dipengaruhi oleh tren digital memerlukan pendekatan pemasaran yang lebih modern dan terhubung langsung dengan audiens yang lebih luas. Melalui kolaborasi dengan influencer, PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli berupaya meningkatkan brand awareness dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk-produk yang mereka tawarkan.

Namun, meskipun influencer marketing semakin populer, belum banyak penelitian yang membahas secara mendalam mengenai pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk di perusahaan-perusahaan lokal, khususnya di PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana influencer marketing berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan insight yang berguna bagi PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, serta memberikan kontribusi pada pengembangan teori influencer marketing dalam konteks pasar Indonesia. (Peres, R., & Verma, S.2020). Dalam konteks influencer marketing, para inflncerer bertindak sebagai agen pengaruh yang dapat mengubah sikap dan perilaku pengikut mereka, termasuk keputusan pembelian. Pengaruh ini lebih efektif ketika influencer dianggap memiliki kredibilitas dan otoritas dalam bidang tertentu. Mengingat pentingnya influencer marketing dalam strategi pemasaran modern dan relevansinya terhadap keberhasilan penjualan, penelitian ini bertujuan

N
O

TOPIK

MATERI

CATATAN DOSEN

untuk mengkaji pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang efektivitas influencer marketing dalam konteks industri yang digeluti perusahaan tersebut serta memberikan rekomendasi bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif di masa depan. (Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. 2019). Teori ini menyatakan bahwa ada dua jalur utama dalam pengolahan informasi yang mempengaruhi keputusan konsumen: jalur sentral dan jalur perifer di dalam influencer marketing, apabila pesan yang disampaikan influencer bersifat informatif dan relevan, audiens akan mengikuti jalur sentral yang mengarah keputusan yang lebih dipertimbangkan. Sebaliknya, jika pesan lebih kepada kesan atau tampilan, audiens cenderung mengikuti jalur perifer, yang mempengaruhi keputusan pembelian secara lebih emosional dan cepat. Penting untuk dicatat bahwa keberhasilan Influencer marketing tidak hanya ditentukan oleh jumlah pengikut influencer, tetapi juga oleh tingkat keterlibatan dan interaksi antara influencer dan audiensnya. (De Veirman et al. 2021) menyatakan bahwa keterlibatan lebih penting daripada jumlah pengikut. Influencer yang mampu berinteraksi aktif dengan pengikutnya dan membangun hubungan yang lebih personal akan lebih efektif dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli perlu memilih influencer yang tidak hanya memiliki audiens yang relevan, tetapi juga dapat terlibat dengan pengikut mereka secara aktif dan autentik.

Salah satu alasan mengapa influencer marketing sangat efektif adalah karena

N
O

TOPIK

MATERI

CATATAN DOSEN

kepercayaan yang dibangun antara influencer dan pengikutnya. Lou dan Yuan (2019) menyatakan bahwa kepercayaan adalah elemen kunci dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pengikut cenderung lebih percaya pada rekomendasi yang diberikan oleh influencer yang mereka percayai, karena pesan tersebut terasa lebih personal dan bukan sekadar ajakan untuk membeli. Dalam konteks, PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli, membangun kepercayaan konsumen terhadap Sepeda Motor Honda yang diperjualkan, sangat penting, mengingat sifat produk yang lebih berfokus pada fungsionalitas dan kualitas, bukan pada daya (Ohanian R. 2019). Kepercayaan adalah salah satu faktor utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen lebih cenderung membeli produk yang direkomendasikan oleh influencer yang mereka anggap kredibel dan terpercaya. Kredibilitas influencer mencakup aspek keahlian (expertise) dan kepercayaan (trustworthiness) yang sangat penting untuk membangun hubungan yang kuat dengan audiens. Teori ini menjelaskan bahwa semakin tinggi kredibilitas seorang influencer, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pengamatan awal, peneliti menemukan beberapa masalah utama yang dihadapi oleh PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli dalam mengimplementasikan strategi pemasaran influencer marketing untuk meningkatkan penjualan Sepeda Motor Honda. Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli adalah kurangnya pemahaman konsumen tentang pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menyebabkan

N
O

TOPIK

MATERI

CATATAN DOSEN

perusahaan belum dapat memanfaatkan infulencer marketing secara efektif untuk meningkatkan penjualan Sepeda Motor Honda. Selain itu, peneliti juga menemukan bahwa PT.Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli belum memiliki evaluasi yang sistematis tentang efektivitas strategis pemasaran yang telah digunakan. Hal ini menyebabkan perusahaan belum dapat mengetahui apakah strategi pemasaran yang telah digunakan efektif atau tidak.. Hal ini berdampak pada keputusan pembelian konsumen terhadap “ Sepeda Motor Honda”. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “ PengaruhInfulencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli.

[Download File Skripsi](#)

2 BAB 1
06 Mar 2025 11:38:52

PENGARUH INFULENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT. KENCANA MULIA ABADI GUNUNGSITOLI

ACC Bab I, Lanjutkan ke Bab II. Terimakasih.

[Download File Skripsi](#)

06 Mar 2025 14:48:43

3 BAB II TINJAUAN PUSTAKA
10 Mar 2025 10:02:59

Pengaruh *Infulencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli

Perbaiki Bab II. Pastikan dalam Tinjauan Pustaka menggunakan Dimensi atau indikator, rapikan penulisan. Terimakasih.

[Download File Skripsi](#)

10 Mar 2025 10:16:08

No	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
4	BAB II TINJAUAN PUSTAKA 10 Mar 2025 14:13:48	Pengaruh <i>Infulencer</i> <i>Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Kenca na Mulia Abadi Gunungsitoli	ACC Bab II. Lanjutkan Ke Bab III. Terimakasih. 10 Mar 2025 14:20:08
		Download File Skripsi	
5	BAB III METODE PENELITIAN 13 Mar 2025 10:59:34	pengaruh <i>infulencer</i> <i>marketing</i> terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli	Perbaiki ke, bali Bab III. Sempurnakan Variabel dan indikator penelitian, sempurnakan populasi dan sample. Terimakasih. 13 Mar 2025 12:15:28
		Download File Skripsi	
6	BAB III METODE PENELITIAN 13 Mar 2025 14:55:04	Pengaruh <i>Infulencer</i> <i>Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Kencana Mulia Abadi	ACC Bab III. Buat PDF Rancangan penelitian dari awal sampai akhir. Terimakasih. 13 Mar 2025 15:26:48
		Download File Skripsi	
7	BAB 1,2,3 (Pdf) 14 Mar 2025 14:56:46	Pengaruh <i>Infulencer</i> <i>Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Kencana Mulia abadi Gunungsitoli	ACC Rancangan Penelitian. Silahkan mendaftar Seminar Proposal. Terimakasih 14 Mar 2025 16:13:18
		Download File Skripsi	
8	BAB IV Hasil dan Pembahasan 07 Jun 2025 09:44:43	Pengaruh <i>Influencer</i> <i>Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli	Perbaiki kembali Bab IV. Sempurnakan analisis hasil penelitian dan rapikan pengetikan. Terimakasih. 07 Jun 2025 09:56:02
		Download File Skripsi	
9	BAB IV Hasil dan Pembahasan 11 Jun 2025 10:08:09	Pengaruh <i>Influencer</i> <i>marketing</i> terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli	ACC Bab IV. Lanjutkan ke Bab V. Terimakasih

N O	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
		Download File Skripsi	11 Jun 2025 13:34:31
10	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 11 Jun 2025 13:37:44	Pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada PT kencana mulia abadi Gunungsitoli	Perbaiki bab V. Perbaiki kesimpulan dan saran. Sempurnakan Abstrak, minimal 60 halaman. Terimakasih.
		Download File Skripsi	11 Jun 2025 13:47:08
11	BAB IV-V 13 Jun 2025 12:11:34	Pengaruh Influencer Marketing terhadap keputusan pembelian sepeda motor hond pada PT.Kencana Mulia Abadi gunungsitoli	Perbaiki kembali Bab IV dan Bab V. Terimakasih
		Download File Skripsi	13 Jun 2025 12:35:32
12	BAB IV DAN BAB V SKRIPSI 13 Jun 2025 13:44:11	Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Kencana Mulia abadi Gunungsitoli	ACC Bab IV dan Bab V. Buat lampiran dan PDF kan semua SKRIPSI. Terimakasih.
		Download File Skripsi	13 Jun 2025 14:40:39
13	BAB 1- 5 SKRIPSI (PDF) 13 Jun 2025 15:10:17	Pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada PT kencana mulia abadi gunungsitoli.	ACC SKRIPSI. Silahkan mendaftar Ujian Skripsi. Terimakasih.
		Download File Skripsi	13 Jun 2025 20:07:33

LEMBAR PERSETUJUAN MELAKSANAKAN PENELITIAN

Rancangan Penelitian yang diajukan Oleh:

Nama : Denesti Hulu

Nim : 2321303

Program : Sarjana

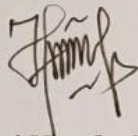
Progran Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Judul : Pengaruh *Infulencer Marketing* Terhadap Keputusan
Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Kencana Mulia Abadi
Gunungsitoli

Gunungsitoli, 14 Maret 2025

Plt. Ketua Program Studi



Idarni Harefa, S.E., M.E
NIDN.0128129102

Dosen Pembimbing



Yupiter Mendrofa, S.E., M.M
NIDN. 0112078103



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

BERITA ACARA SEMINAR RANCANGAN PENELITIAN

Pada hari ini Sabtu tanggal Dua puluh dua bulan Maret tahun dua ribu dua puluh lima telah diselenggarakan Seminar Rancangan Penelitian bagi mahasiswa Universitas Nias :

Nama : **DENESTI HULU**
NIM : 2321303
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli

W a k t u Pelaksanaan : 13.00 wib-selesai

Susunan Dewan Pembimbing Dan Penelaah:

1. Yupiter Mendrofa, SE.,MM
(Pembimbing)
2. Idarni Harefa, SE., ME
(Penelaah)

- 1.
- 2.

Tanda Tangan

Rekapitulasi Nilai

Dewan Pembimbing Dan Penelaah	Total Nilai
1. Yupiter Mendrofa, SE.,MM (Pembimbing)	85.
2. Idarni Harefa, SE., ME (Penelaah)	85
Total Nilai	170

Rata-rata nilai adalah:

Gunungsitoli, 22 Maret 2025
Plt. Ketua Program Studi Manajemen,

Idarni Harefa, S.E., M.E.
NIDN. 0128129102





YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

PERBAIKAN PROPOSAL PENELITIAN SKRIPSI

1. Mahasiswa

Nama : DENESTI HULU

NIM : 2321303

Judul Penelitian : Pengaruh Infulencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli

2. Materi Perbaikan

NO	HALAMAN	URAIAN PERBAIKAN
		- Uti hipotesas disempurnakan
		- Fenomena penelitian
		- Sistematisasi penulisan
		- Daftar pustaka
		- Schedule penelitian

Gunungsitoli, 22 Maret 2024

Dosen Penelaah,

Idarni Harefa, SE., ME
NIDN. 0128129102

Yupiter Mendrofa, SE.,MM
NIDN. 0112078103

LEMBAR PERSETUJUAN MELAKSANAKAN PENELITIAN

Rancangan Penelitian yang diajukan Oleh:

Nama : Denesti Hulu

Nim : 2321303

Program : Sarjana

Program Studi : Manajemen

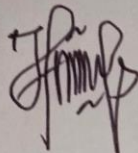
Fakultas : Ekonomi

Judul : *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli.*

Telah diseminarkan dan disetujui untuk diteliti:

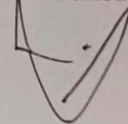
Gunungsitoli, 08 April 2025

Dosen Penelaah



Idarni Harefa, S.E., M.E
NIDN.0128129102

Dosen Pembimbing



Yupiter Mendrofa, S.E., M.M
NIDN. 0112078103

Plt. Ketua Program Studi



Idarni Harefa, S.E., M.E
NIDN.0128129102



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <http://fe.unias.ac.id> email: fe@unias.ac.id

09 April 2025

Nomor : 551/UN11/PN.01.02/2025
Lampiran : 1 (set)
Perihal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Kepada Yth,
Pimpinan PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli

di
Tempat

1. Dengan hormat, dalam rangka melengkapi data penelitian yang dilaksanakan oleh :
Nama : DENESTI HULU
NIM : 2321303
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Sarjana (S1)
Judul Skripsi : Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli
Lokasi Penelitian : PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli
Jadwal Penelitian : 09 April 2025 sampai selesai

Maka kami mohon kepada Bapak/Ibu kiranya dapat memberi izin kepada mahasiswa yang namanya tersebut di atas untuk melaksanakan Penelitian di lokasi penelitian (Rancangan Skripsi Terlampir).

2. Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Dekan,

Maria Magdalena Bate'e, S.E., M.M.
NIDN. 0111038208

Tembusan :

- Yth.
1. Rektor Universitas Nias (sebagai laporan)
 2. Warek Lingkup Universitas Nias
 3. Kepala LPPM Universitas Nias
 4. Ketua Program Studi Manajemen
 5. Peneliti yang bersangkutan (DENESTI HULU)
 6. Arsip.



PT. KENCANA MULIA ABADI

JALAN DIPONEGORO No. 120
KOTA GUNUNGSITOLI - NIAS TELP. (0639) 22998 Fax. (0639) 323398



Gunungsitoli, 14 April 2025

Nomor : 145/XIV/IV/2025
Lampiran : 1(set)
Perihal : Permohonan izin pelaksanaan penelitian

Kepada Yang Terhormat :
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Nias

Di
Tempat

Menindaklanjuti surat saudara nomor : 551/UN11/PN 01.02/2025 tanggal 09 April 2025 perihal Surat Permohonan pelaksanaan Izin penelitian untuk menyusun skripsi atas nama mahasiswa DENESTI HULU dengan judul penelitian "Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada PT kencana mulia abadi Gunungsitoli", bersama ini di sampaikan bahwa kami bersedia menerima Mahasiswa Universitas Nias untuk melaksanakan penelitian di tempat kami.

Kami sampaikan beberapa hal :

1. Pada dasarnya kami tidak keberatan, maka kami dapat mengijinkan pelaksanaan penelitian tersebut di tempat kami.
2. Izin penelitian diberikan untuk keperluan akademik.

Demikian untuk diketahui, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

KACAB
PT. KENCANA MULIA ABADI
GUNUNGSITOLI
David Cosyedi



PT. KENCANA MULIA ABADI

JALAN DIPONEGORO No. 120
KOTA GUNUNGSITOLI - NIAS TELP. (0639) 22998 Fax. (0639) 323398



Gunungsitoli, 06 Juni 2025

Nomor : 007/KMA/XI/245
Sifat : Penting
Lampiran :
Perihal : **Telah Berakhir Melaksanakan Penelitian**

Sehubungan dengan surat dari Kepala LPPM Universitas Nias, Nomor: 551/UN11/PN 01.02/2025 tanggal 09 April 2025 perihal Surat Permohonan Pelaksanaan Izin Penelitian untuk menyusun skripsi oleh saudara:

Nama : Denesti Hulu
NIM : 2321303
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Sarjana (S1)
Judul Skripsi : "Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli"

Yang dimana namanya diatas tersebut benar telah melaksanakan penelitian di PT.Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli dan telah berakhir.

Demikian untuk diketahui, atas perhatiannya Terima Kaih.

Manager

PT. KENCANA MULIA ABADI
GUNUNG SITOLI

DAVID COSEYDI

Status pembimbingan berhasil diubah

NIM :
2321303

NAMA MAHASISWA :
DENESTI HULU

PRODI :
Manajemen

JUDUL :
PENGARUH INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT. KENCANA MULIA ABADI GUNUNGSITOLI

LOKUS :
PT. KENCANA MULIA ABADI GUNUNGSITOLI

Dosen Pembimbing :
Yupiter Mendrofa, SE.,MM

Konsentrasi :
Pemasaran

Tema :
STRATEGI PEMASARAN

Ubah Judul

Riwayat Bimbingan Skripsi

N O	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
1	BAB IV Hasil dan Pembahasan 07 Jun 2025 09:44:43	Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli File Skripsi	Perbaiki kembali Bab IV. Sempurnakan analisis hasil penelitian dan rapikan pengetikan. Terimakasih. 07 Jun 2025 09:56:02
2	BAB IV Hasil dan Pembahasan 11 Jun 2025 10:08:09	Pengaruh <i>Influencer marketing</i> terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli File Skripsi	ACC Bab IV. Lanjutkan ke Bab V. Terimakasih 11 Jun 2025 13:34:31

No	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
3	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 11 Jun 2025 13:37:44	Pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada PT kencana mulia abadi Gunungsitoli File Skripsi	Perbaiki bab V. Perbaiki kesimpulan dan saran. Sempurnakan Abstrak, minimal 60 halaman. Terimakasih. 11 Jun 2025 13:47:08
4	BAB IV-V 13 Jun 2025 12:11:34	Pengaruh Influencer Marketing terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada PT.Kencana Mulia Abadi gunungsitoli File Skripsi	Perbaiki kembali Bab IV dan Bab V. Terimakasih 13 Jun 2025 12:35:32
5	BAB IV DAN BAB V SKRIPSI 13 Jun 2025 13:44:11	Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Kencana Mulia abadi Gunungsitoli File Skripsi	ACC Bab IV dan Bab V. Buat lampiran dan PDF kan semua SKRIPSI. Terimakasih. 13 Jun 2025 14:40:39
6	BAB 1- 5 SKRIPSI (PDF) 13 Jun 2025 15:10:17	Pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada PT kencana mulia abadi gunungsitoli. File Skripsi	ACC SKRIPSI. Silahkan mendaftar Ujian Skripsi. Terimakasih. 13 Jun 2025 20:07:33

Selesai

Proses pembimbingan skripsi ini telah selesai



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat: Jalan Karet No.30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli

Homepage: <https://unias.ac.id> email mnj@unias.ac.id

PENGESAHAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli Oleh Denesti Hulu NIM 2321303 Program Studi Manajemen, telah dikoreksi dan direvisi oleh pembimbing sehingga dapat dilanjutkan untuk sidang ujian skripsi.

Gunungsitoli, Juni 2025

Dosen Pembimbing,

Yupiter Mendrofa, S.E., M.M

NIDN.0112078103



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Rektorat : Jalan Pancasila No. 10 Kota Gunungsitoli ■ +626392620815 Nias 22814
Homepage: <https://unias.ac.id> email: admin@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 109/UN06.01/TU.01.20/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Dr. Ayler Beniah Ndraha, S.STP., M.Si., C.PS.**
NIDK : 8934030021
Pangkat/Golongan : Penata/III/c
Jabatan : Plt. Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Nias

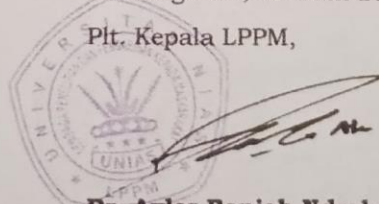
dengan ini menerangkan bahwa,

Nama : **Denesti Hulu**
NIM : 2321303
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT. KENCANA MULIA ABADI GUNUNGSITOLI

adalah benar telah melakukan pengecekan plagiarisme terhadap Skripsi mahasiswa tersebut di atas melalui aplikasi *Turnitin*, dan mendapat tingkat *Similarity* 15% dan tingkat *Artificial Intelligence* (AI) 0%, sehingga dinyatakan layak untuk melanjutkan pada tahap selanjutnya sesuai dengan tahapan pada penyelesaian skripsi.

Gunungsitoli, 16 Juni 2025

Plt. Kepala LPPM,



Dr. Ayler Beniah Ndraha, S.STP., M.Si., C.PS.
NIDK. 8934030021

Tembusan:

1. Ketua Program Studi Manajemen
2. Mahasiswa an. **Denesti Hulu.**



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS MATA KULIAH

No : 598/UM.11.02/PP.09.01/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini, Ketua Program Studi S1 Manajemen, Universitas Nias, menerangkan bahwa :

Nama : **Denesti Hulu**
Nim : 2321303
Judul Skripsi : Pengaruh *Influencer Marketing* terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada PT.Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli

Bahwa yang bersangkutan dinyatakan lulus semua mata kuliah di Program Studi S-1 Manajemen. Untuk itu dimohon kiranya untuk ditertibkan transkrip nilai kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Atas kerjasama yang baik di ucapkan terimakasih.



Gunungsitoli, 16 Juni 2025
Ketua Program Studi Manajemen,

Heniwati Gulo, S.E., ME
NUP TK.2839774675230262



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS

**UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

Gunungsitoli, 16 Juni 2025

Hal : **Permohonan Ujian Skripsi**
Lampiran : Satu Berkas

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias
c.q. Ketua Program Studi Manajemen
Jalan Karet No.30 Kel. Ilir, Kec. Gunungsitoli
Kota Gunungsitoli

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Denesti Hulu**
NIM : 2321303
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Mengajukan permohonan untuk diperkenankan menempuh ujian Skripsi.

Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini saya lampirkan:

1. Surat permohonan ujian skripsi
2. Surat Kesediaan Menghadiri Ujian Skripsi
3. Bukti skripsi telah melewati cek *plagiat* dari LPPM
4. Surat Keterangan Bebas Mata Kuliah
5. Surat Pengesahan skripsi yang ditandatangani oleh pembimbing
6. Surat Keterangan telah berakhir meneliti dari tempat penelitian
7. Surat Pernyataan keaslian skripsi yang ditanda tangani oleh mahasiswa
8. Menggandakan *hardcopy* skripsi yang telah di jilid sebanyak 3 (tiga) rangkap
9. Riwayat bimbingan skripsi di simat dari dosen pembimbing
10. Menunjukkan KRS/KHS asli semester 1 sampai terakhir
11. Fotokopi KHS terakhir
12. Trankrip nilai sementara dari SIMAT
13. Slip pembayaran uang kuliah terakhir
14. Map merah 3 buah.

Atas perhatian Bapak/Ibu, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya
Pemohon,

Denesti Hulu
NIM 2321303

Tembusan disampaikan kepada
Rektor Universitas Nias
c.q. Wakil Rektor I



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat: Jalan Karet No. 30 Kelurahan Iilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

KESEDIAAN MENGHADIRI UJIAN SKRIPSI

Sehubungan dengan pelaksanaan sidang skripsi bagi mahasiswa Universitas Nias

Nama : Denesti Hulu

Nim : 2321303

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Judul Skripsi : Pengaruh *Influencer Marketing* terhadap keputusan pembelian
sepeda Motor Honda pada PT. Kencana Mulia Abadi
Gunungsitoli.

Waktu pelaksanaan

Hari/Tanggal : Sabtu, 21 Juni 2025

Pukul : 10.00 Wib s/d selesai

Tempat : Fakultas Ekonomi Ruang Rapat

Dengan ini menyatakan **Kesediaan /ketidaksediaan** menghadiri sidang skripsi
pada waktu yang telah ditetapkan.

Gunungsitoli, 16 Juni 2025

Tanda Tangan

Penguji,

1. Penguji I 1. Idarni Harefa S.E.,M.E.

2. Penguji II 2.Otanius Laia, S.E.,M.M

3. Pembimbing 3. Yupiter Mendrofa,S.E.,M.M



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

19 Juni 2025

Nomor : 617/UN11.02/PP.08.03/2025
Lampiran : 1 Set
Hal : Pelaksanaan Sidang Skripsi
atas nama **DENESTI HULU**

Kepada Yth.

1. Idarni Harefa, SE., ME	Penguji I
2. Otanius Laia, SE., MM	Penguji II
3. Yupiter Mendrofa, SE., MM	Pembimbing

di Gunungsitoli

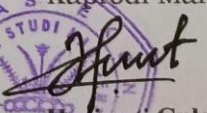
Sehubungan dengan pelaksanaan sidang skripsi mahasiswa:

Nama : **DENESTI HULU**
NIM : 2321303
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli

diharapkan kehadiran Bapak/ibu pada acara dimaksud yang diselenggarakan:

hari/tanggal : Sabtu, 21 Juni 2025
pukul : 10.00 Wib s/d selesai
tempat : Ruang Rapat

Naskah skripsi yang diujikan, disampaikan langsung oleh Program Studi.
Atas perhatian Bapak, kami mengucapkan terima kasih.

Kaprodi Manajemen

Heniwati Gulo, S.E., M.E
NUPTK. 2839774675230262

Tembusan disampaikan kepada

1. Rektor Universitas Nias, u.p. Wakil Rektor I
2. Dekan Fakultas Ekonomi
3. Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip

NB. Diharapkan kepada Bapak/Ibu Dosen Pembimbing/Penguji berpakaian rapi, khusus untuk Bapak Dosen diwajibkan memakai kemeja non batik pakai dasi.



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Sabtu tanggal Dua puluh satu Bulan Juni tahun dua ribu dua puluh lima telah diselenggarakan Ujian skripsi bagi mahasiswa Universitas Nias :

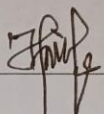
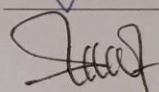
N a m a : **DENESTI HULU**
NIM : 2321303
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli

W a k t u Pelaksanaan : 10.00 WIB s.d.selesai

Susunan Dewan Penguji :

1. Yupiter Mendrofa, SE.,MM.
2. Idarni Harefa, SE.,ME
3. Otanius Laia, SE.,MM

TandaTangan

1. 
2. 
3. 

Rekapitulasi Nilai

Dewan Penguji	Total Nilai
1. Yupiter Mendrofa, SE.,MM.	90
2. Idarni Harefa, SE.,ME.	85
3. Otanius Laia, SE.,MM	84
Total Nilai	259

Berdasarkan Perhitungan Rata-Rata Nilai adalah 86,3

(Dengan nilai 86,3)

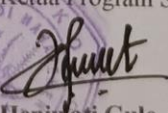
Dengan Demikian Yang bersangkutan dinyatakan Lulus/~~Tidak~~ Lulus dengan Predikat Kelulusan..... A-

Keterangan:
Nilai Yudisium:

90.00-100. = A
85.00-89.99 = A-
80.00 -84.99 = B+
75.00 - 79.99 = B
70.00 - 74.99 = B-
65.00 - 69.99 = C+
60.00 - 64.99 = C
55.00 - 59.99 = C-
50.00 - 54.99 = D
< 40.99 = E

Gunungsitoli, 21 Juni 2025
Ketua Program Studi,




Heniwati Gulo, S.E., M.E.
NUPTK. 2839774675230262

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

PERBAIKAN UJIAN SKRIPSI

1. Mahasiswa

Nama : DENESTI HULU

NIM : 2321303

Judul Penelitian : Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli

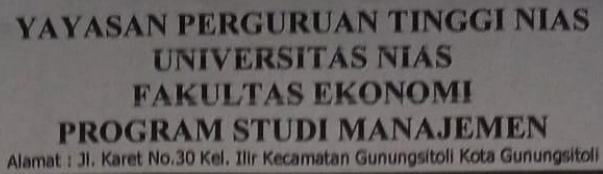
2. Materi Perbaikan

[illegible]

Gunungsitoli, 21 Juni 2025

Dosen Penguji I,

Idarni Harefa, SE.,ME
NIDN. 0120129102



Otanius Laia, SE.,MM.
NIDN. 0127059501

Yupiter Mendrofa, SE.,MM
NIDN. 0112078103

BIODATA MAHASISWA



Nama lengkap : Denesti Hulu
NIM : 2321303
Program Studi : S-1 Manajemen
Nama Dosen PA : Meiman Hidayat Waruwu, S.Sos., M.Si
Nama Kontak (HP) : 0813-3481-5873
Email : denestii03@gmail.com
Tanggal Ujian Skripsi / : Sabtu 21 Juni 2025
Tugas Akhir
Nilai Ujian Skripsi / : 86,3 (Delapan Puluh Enam Koma Tiga)
Tugas Akhir
Dosen Pembimbing : Yupiter Mendrofa, S.E., MM
Dosen Penguji 1 : Idarni Harefa, SE., ME
Dosen Penguji 2 : Otanius Laia, S.E., MM
IPK :
Nama Jurnal : Balance: Jurnal Akutansi dan Manajemen
Link Jurnal : <https://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jam>
Status Jurnal : ☐ Internasional ☐ Sinta 1 ☐ Sinta 2
☐ Sinta 3 ☐ Sinta 4 ☒ Sinta 5
☐ Sinta 6

Gunungsitoli Agustus, 2025

Mahasiswa,

Nim. 2321303