

**PERAN INFLUENCER MEDIA SOSIAL DAN PROGRAM
DISKON PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB
MELALUI MARKETPLACE SHOPEE
STUDI KASUS PADA KONSUMEN
HIJAB GEN Z DI JAKARTA**

***THE ROLE OF SOCIAL MEDIA INFLUENCERS AND
DISCOUNT PROGRAMS ON HIJAB PURCHASE
DECISIONS THROUGH THE SHOPEE
MARKETPLACE STUDY ON GEN
Z HIJAB CONSUMERS
IN JAKARTA***

Oleh
Fahrani Hasjifah
61201021008715

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI**

2025

**PERAN INFLUENCER MEDIA SOSIAL DAN PROGRAM
DISKON PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB
MELALUI MARKETPLACE SHOPEE
STUDI KASUS PADA KONSUMEN
HIJAB GEN Z DI JAKARTA**

***THE ROLE OF SOCIAL MEDIA INFLUENCERS AND
DISCOUNT PROGRAMS ON HIJAB PURCHASE
DECISIONS THROUGH THE SHOPEE
MARKETPLACE STUDY ON GEN
Z HIJAB CONSUMERS
IN JAKARTA***

**Oleh
Fahrani Hasjifah
61201021008715**

SKRIPSI

Telah diujikan pada:
Tempat : Depok
Tanggal : 11 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan Manajemen

**Sentot Eko Baskoro ,S.Si,MM, MH
NIDN:0020016910**

**Drs.Henky Hendrawan,MM,M.Si
NIDN : 0416076506**

Mengetahui,
Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (GICI)

**Prof. Dr. Abdul Hamid., MS.
NUPTK: 7048743644130093**

**PERAN INFLUENCER MEDIA SOSIAL DAN PROGRAM
DISKON PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB
MELALUI MARKETPLACE SHOPEE
STUDI KASUS PADA KONSUMEN
HIJAB GEN Z DI JAKARTA**

***THE ROLE OF SOCIAL MEDIA INFLUENCERS AND
DISCOUNT PROGRAMS ON HIJAB PURCHASE
DECISIONS THROUGH THE SHOPEE
MARKETPLACE STUDY ON GEN
Z HIJAB CONSUMERS
IN JAKARTA***

Oleh
Fahrani Hasjifah
61201021008715

SKRIPSI

Telah diujikan Pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 11 Juli 2025

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Drs.Henky Hendrawan,MM,M.Si
NIDN : 0416076506

Muhammad Aziz Winardi N, ST, MM
NIDN: 55577755656137053

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs.Henky Hendrawan,MM,M.Si
NIDN : 0416076506

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Fahrani Hasjifah

NIM: : 61201021008715

Judul Skripsi : Peran Influencer Media Sosial dan Program Diskon pada Keputusan Pembelian Hijab Melalui Marketplace Shopee (Studi kasus pada konsumen hijab gen z di Jakarta)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi GICI.
2. Hasil Penelitian dan Penulisan dari Skripsi saya ini, dengan ini dialihkan hak nya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan Hasil Penelitian dan ini (Skripsi) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil Penelitian ini dan penulisan Skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijazah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku. Demikian Surat Pernyataan saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 11 Juli 2025

Fahrani Hasjifah

Nama Lengkap : FAHRANI HASJIFAH
NIM : 61201021008715
Judul Skripsi : PERAN INFLUENCER MEDIA SOSIAL DAN
PROGRAM DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB
MELALUI MARKETPLACE SHOPEE (Studi pada Konsumen Hijab Gen Z di
Jakarta)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh influencer media sosial dan program diskon terhadap keputusan pembelian hijab oleh Gen Z melalui marketplace Shopee di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden Gen Z yang berdomisili di lima wilayah DKI Jakarta. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa influencer media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hijab, dengan nilai koefisien sebesar 0,080 dan signifikansi 0,001. Program diskon juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan koefisien sebesar 0,231 dan signifikansi 0,000. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab oleh Gen Z di DKI Jakarta, sebagaimana dibuktikan oleh nilai F hitung sebesar 67,295 dengan signifikansi 0,000. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,573 menunjukkan bahwa 57,3% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh influencer media sosial dan program diskon, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Temuan ini menegaskan pentingnya peran promosi berbasis influencer serta strategi diskon dalam mempengaruhi perilaku pembelian konsumen Gen Z di platform marketplace seperti Shopee.

Kata Kunci: Influencer, Program Diskon, Keputusan Pembelian, Shopee, Hijab, Gen Z

Full Name : FAHRANI HASJIFAH
NIM : 61201021008715
Thesis Title : *THE ROLE OF SOCIAL MEDIA INFLUENCERS AND DISCOUNT PROGRAMS ON HIJAB PURCHASING DECISIONS THROUGH THE SHOPEE MARKETPLACE (A STUDY ON GEN Z HIJAB CONSUMERS IN JAKARTA)*

Abstract

This study aims to analyze the influence of social media influencers and discount programs on the purchasing decisions of hijabs by Generation Z through the Shopee marketplace in DKI Jakarta. The research uses a quantitative approach with a survey method, distributing questionnaires to 100 Gen Z respondents residing in the five administrative regions of DKI Jakarta. The data analysis techniques used include validity and reliability tests, multiple linear regression analysis, classical assumption tests, and hypothesis testing.

The results show that social media influencers have a positive and significant effect on hijab purchasing decisions, with a regression coefficient of 0.080 and a significance value of 0.001. Discount programs also have a positive and significant effect, with a coefficient of 0.231 and a significance value of 0.000. Simultaneously, both variables significantly influence the purchasing decisions of hijabs among Gen Z in DKI Jakarta, as evidenced by an F-value of 67.295 and a significance level of 0.000. The Adjusted R Square value of 0.573 indicates that 57.3% of the variation in purchasing decisions can be explained by social media influencers and discount programs, while the remaining 42.7% is influenced by other factors not included in the model.

These findings highlight the importance of influencer-based promotions and discount strategies in shaping the purchasing behavior of Gen Z consumers on online marketplaces like Shopee.

Keywords: Influencer, Discount Program, Purchasing Decision, Shopee Marketplace, Gen Z, Hijab

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya. Semoga kita semua mendapatkan syafaat beliau di hari akhir nanti.

Skripsi ini berjudul "Peran Influencer Media Sosial dan Program Diskon pada Keputusan Pembelian Hijab melalui Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Konsumen Hijab Gen Z di Jakarta)". Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Pemilihan topik ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan media sosial dalam strategi pemasaran, khususnya dalam industri hijab. Influencer dan program diskon menjadi faktor utama yang menarik perhatian konsumen Gen Z dalam melakukan pembelian secara online. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran influencer dan diskon dalam memengaruhi keputusan pembelian hijab melalui marketplace Shopee.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan penghargaan kepada:

1. Bapak Mildy Rifai, S.E., selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok, yang senantiasa berupaya mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI agar terus maju dan berkembang.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S., selaku Ketua Yayasan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, yang telah menjalankan pengelolaan kampus dengan baik serta memberikan kontribusi besar dalam kemajuan institusi.
3. Bapak Dr. (Cand) Eko Yuliawan, S.E., M.Si., selaku Wakil Ketua I, yang telah memberikan bimbingan serta menjadi dosen pembimbing yang baik selama kegiatan magang.
4. Bapak Drs. Henky Hendrawan, S.Pd, MM, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE GICI, atas dedikasinya dalam memajukan dan mengembangkan program studi Manajemen.
5. Bapak Sentot Eko Baskoro, S.Si., MM., MH., yang dengan penuh ketulusan dan kesabaran selalu membimbing, memberikan arahan, serta mendukung penulis dengan semangat yang luar biasa. Dedikasi beliau

dalam membimbing mahasiswa tidak hanya terbatas pada akademik, tetapi juga memberikan motivasi dan inspirasi yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.

6. Terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta, Ibu dan Ayah, yang selalu menjadi sumber kekuatan, doa, serta kasih sayang tanpa batas. Segala bentuk dukungan, pengorbanan, dan cinta yang tiada henti senantiasa mengiringi setiap langkah penulis hingga mencapai titik ini. Tanpa doa dan restu dari Ibu dan Ayah, perjalanan ini tidak akan memiliki makna yang sama.
7. Kepada sahabat-sahabat terbaik yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta kebersamaan yang begitu berarti. Terima kasih atas setiap motivasi, bantuan, dan kekuatan mental yang diberikan sepanjang perjalanan ini. Kehadiran kalian menjadikan segala tantangan terasa lebih ringan dan lebih mudah dihadapi.
8. Terima kasih kepada seluruh saudara saya tercinta, atas dukungan, doa, dan semangat yang selalu mengiringi setiap langkah saya. Kehadiran kalian, termasuk keponakan-keponakan tercinta yang selalu membawa tawa, menjadi pelipur lelah selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri. Saya, Fahrani Hasjifah, yang telah berjuang, melewati lelah dan ragu, tapi tetap bertahan. Semoga ini jadi pengingat bahwa setiap usaha berarti, dan diri ini lebih kuat dari yang dibayangkan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih memerlukan penyempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran serta kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap, di masa mendatang, tulisan ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi yang berguna. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Penulis,

Fahrani Hasjifah

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
Abstrak.....	v
Abstract.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Pembatasan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Perumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.5 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.6 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.7 Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Influencer Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Program Diskon Harga.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Konseptual.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Desain dan Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Objek, Jadwal dan Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.5 Definisi Oprasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.6 Metode pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.7 Metode Pengolahan dan Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.7.1. Skala dan Angka Penafsiran.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.2. Uji Kualias Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.3. Persamaan Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
3.7.4. Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
3.8 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Gambaran Umum Responden dan Lokasi Penelitian ..	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Tanggapan Responden	Error! Bookmark not defined.
4.1.4 Hasil Uji Kualitas Data	Error! Bookmark not defined.
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.6 Hasil Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.2 Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian .	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Pembahasan Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 Jadwal pelaksanaan penelitian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 definisi oprasional variabel	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1 Hasil Analisis Descriptive Karakteristik Responden (N=100).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Influencer Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan-Pertanyaan Mengenai Variabel Program Diskon Shopee	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan-Pertanyaan Mengenai Variabel Keputusan Pembelian Hijab	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kuesioner Influencer Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kuesioner Program Diskon....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian Hijab	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.9 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.12 Uji ANOVA (Uji F)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.13 Uji T-Test	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.14 Uji Koefisien Regresi	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. 1 Jumlah penduduk di DKI Jakarta yang memiliki Kartu Tanda Penduduk Elektronik (E-KTP).....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 2 Jumlah Penduduk di DKI Jakarta yang Bergama Islam.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 3 Pengguna Internet di Indonesia tahun 2024 **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 1 Proses Pembelian Pelanggan Model Lima Tahap ..**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 2 Model Penelitian**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Kuesioner Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran. 2 Output SPSS	Error! Bookmark not defined.
Lampiran. 3 Kartu Bimbingan	Error! Bookmark not defined.
Lampiran. 4 Riwayat Hidup.....	Error! Bookmark not defined.