PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA *MARKETPLACE* SHOPEE STUDI KASUS MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN MEDAN

SKRIPSI

Oleh

SUDIRIA GIAWA
2129081055/MNJ

FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN
MEDAN
2025

PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA *MARKETPLACE* SHOPEE STUDI KASUS MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN MEDAN

SKRIPSI

Utuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Manajemen
Universitas Tjut Nyak Dien

Oleh

SUDIRIA GIAWA
2129081055/MNJ

FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN
MEDAN
2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	**: PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA *MARKETPLACE SHOPEE* (STUDI KASUS MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN MEDAN)**
Nama Mahasiswa	**: Sudiria Giawa**
Nomor Pokok Mahasiswa	**: 2129081055**
Program Studi	**: Manajemen**

Mengetahui

Komisi Pembimbing

(Amirudin, S.E., MM., M.Si)	**(MellaYunita, S.E., M.Si)**
Dosen Pembimbing I	**Dosen Pembimbing II**

Ketua Program Studi	**Dekan**
(Khamo Waruwu, S.E., M.M)	**(Dr. Dahlia Kusuma Dewi, S.H., M.H)**

FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN MEDAN

BERITA ACARA UJIAN

UNTUK MEMPERTAHANKAN SKRIPSI BAGI MAHASISWA
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN

Panitia Ujian Skripsi Mahasiswa
Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Tjut Nyak Dhien
Dalam Sidangnya yang Diselenggarakan Pada:

Hari/Tanggal	**: Kamis 29 Agustus 2025**
Nama Mahasiswa	**: Sudiria Giawa**
Nomor Pokok Mahasiswa	**: 2129081055**
Program Studi	**: Manajemen**
Judul Skripsi	**:Pengaruh *Influencer Marketing* Dan *Price Discount* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Tjut Nyak Dhien Medan)**

Ditetapkan : (B+) Lulus Yudisium

( ) Lulus Bersyarat, Memperbaiki Mengulang

Tanggal:

( ) Tidak Lulus

Panitia Ujian/Tim Penguji
Ketua

(Zainal Arifin Siregar, S.E., M.M)

Anggota

(Amirudin, S.E., MM., M.Si)

Anggota

(MellaYunita, S.E., M.Si)

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Sudiria Giawa
NPM	2129081055
Fakultas	: Bisnis dan Humaniora
Program Studi	: Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh *Influencer Marketing* Dan *Price Discount* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Tjut Nyak Dhien Medan)** adalah bukan merupaka tugas akhir orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhannya kecuali dalam kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dengan benar dan jelas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang beriaku.

Medan, 29 Agustus 2025

Yang Menyatakan



Sudiria Giawa

2129081061/MNJ

ABSTRAK

Pengaruh *Influencer Marketing* Dan *Price Discount* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Tjut Nyak Dhien Medan). Skripsi. Tahun 2025.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Analisis Pengaruh *Influencer Marketing* Dan *Price Discount* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Tjut Nyak Dhien Medan)**.** Jenis penelitian ini adalah yaitu metode penelitian deskriptif melalui pendekatan kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis**.** Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Perhitungan pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin sehingga sampel 81 responde. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Observasi, wawancara, koesioner dan Studi Dokumentasi (Kepustakaan). Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda, hipotesis dan uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas).

Hasil regresi menunjukan bahwa variabel *influencer marketing* nilai t_{hitung} 5,184 >t_{tabel} 1,990 dan nilai signifikan 0,000<0,05. dinyatakan berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap loyalitas konsumen. dan variabel *price discount* nilai t_{hitung} 3,918 >t_{tabel} 1,990 dan nilai signifikan 0,000< 0,05 dinyatakan berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada *marketplace* Shopee.Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi linear Uji hipotesis secara simultan (Uji F) didapatkan nilai Fhitung sebesar f_{hitung} 43,160 >ft_{tabel} 3,11 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 Artinya bahwa secara bersama-sama variabel bebas yang terdiri dari variabel *Influencer marketing* dan *price discount*) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen.

Kata Kunci : *Influencer marketing, Price discount* ,Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

The Influence of Influencer Marketing and Price Discounts on Consumer Loyalty in the Shopee Marketplace (A Case Study of Management Students at Tjut Nyak Dhien University, Medan). Thesis. 2025.

The purpose of this study was to analyze the influence of influencer marketing and price discounts on consumer loyalty in the Shopee Marketplace (A Case Study of Management Students at Tjut Nyak Dhien University, Medan). This research used a descriptive method with a quantitative approach.

The population in this study was all students of the Faculty of Economics and Business. The sampling technique used was purposive sampling. The sampling calculation used the Slovin formula, resulting in a sample of 81 respondents. Data collection techniques used were observation, interviews, questionnaires, and documentation (literature) study. Data analysis methods used were multiple linear regression, hypothesis testing, and classical assumption tests (normality, heteroscedasticity, multicollinearity).

The regression results show that the influencer marketing variable has a t-value of 5.184> t-table 1.990 and a significant value of 0.000<0.05. It is stated that it has a partial significant positive effect on consumer loyalty. and the price discount variable has a t-value of 3.918> t-table 1.990 and a significant value of 0.000<0.05, it is stated that it has a partial significant positive effect on consumer loyalty in the Shopee marketplace. Based on the results of testing carried out with linear regression analysis, simultaneous hypothesis testing (F test) obtained an F-value of 43.160> ft-table 3.11 and a significance value smaller than 0.05, namely 0.000. This means that together the independent variables consisting of the Influencer marketing and price discount variables) have a significant effect on consumer loyalty variables.

Keywords: Influencer marketing, Price discount, Consumer loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat, rahmat dan karunia-nya, hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **" Pengaruh *Influencer Marketing* Dan *Price Discount* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Tjut Nyak Dhien Medan)".** Adapun maksud dari penulisan ini sebagai salah satu syarat guna melengkapi tugas-tugas serta memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Tjut Nyak Dhien.

Penulis menyadari bahwa penelitian dan penyusunan tugas akhir ini cukup mengalami banyak kesulitan, akan tetapi atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sebagai mestinya. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimah kasih kepada:

1. Ibu Dr. Apt Eva Sartika Dasopang, S.si.,M.Si selaku Rektor Universitas Tjut Nyak Dhien.
2. Ibu Dr. Dahlia Kusuma Dewi, S.H., M.M. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Tjut Nyak Dhien.
3. Bapak Khamo Waruwu,, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Tjut Nyak Dhien.
4. Bapak Amirudin, S.E,. M.M.,.M.Si. selaku dosen pembimbing I yang meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing serta mendidik dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Ibu Mella Yunita, S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing II yang meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing serta mendidik dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Bapak Zainal Arifin Siregar S.E., M.M. selaku dosen penguji yang meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing serta mendidik dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Orang tua yang selalu memberikan nasehat dan arahan serta dukungan dana kepada penulis, sehingga penulis dapat meyelesaikan penulisan skripsi dengan baik dan tepat waktu.

Medan, 25 September 2025

SUDIRIA GIAWA
2129081055/MNJ

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**
ABSTRACT ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **v**
DAFTAR TABEL ..... **vii**
DAFTAR GAMBAR ..... **viii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Identifikasi Masalah 6
C. Batasan Masalah 6
D. Rumusan Masalah 6
E. Tujuan Penelitian 7
F. Manfaat Penelitian 7

BAB II LANDASAN TEORITIS **9**
A. Loyalitas Konsumen 9
1. Pengertian Loyalitas Konsumen 9
2. Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen 10
3. Indikator Loyalitas Konsumen 11
B. *Influencer Marketing* 12
1. Pengertian *Influencer Marketing* 12
2. Jenis-Jenis *Influencer Marketing* 13
3. Indikator *Influencer Marketing* 14
C. *Price Discount* 15
1. Pengertian *Price Discount* 15
2. Faktor Yang Mempengaruhi *Price Discount* 16
3. Indikator *Price Discount* 17
D. Penelitian Terdahulu 19
E. Kerangka Konseptual 20
F. Hipotesis 21
1. Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Loyalitas Konsumen 21
2. Pengaruh *Price Discount* Terhadap Loyalitas Konsumen 22
3. Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Price Discount* Terhadap Loyalitas Konsumen 23

BAB III METODE PENELITIAN **31**
A. Jenis Penelitian 31
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 31
1. Lokasi Penelitian 31
2. Waktu Penelitian 31

C. Populasi Dan Sampel 31
1. Populasi..... 31
2. Sampel 31
D. Definisi Operasional..... 32
1. Loyalitas Konsumen 32
2. *Influencer Marketing* 32
3. *Price Discount*..... 32
E. Teknik Pengumpulan Data..... 35
1. Observasi..... 35
2. Wawancara..... 35
3. Koesioner 35
4. Dokumentasi..... 35
F. Teknik Analisa Data..... 35
1. Uji Kualitas Data 35
2. Regresi Linier Berganda 37
3. Uji Hipotesis..... 38
4. Asumsi Klasik 41
5. Koefisien Determinasi 41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 44
A. Sejarah Perusahaan..... 44
B. Hasil Penelitian 45
C. Hasil Uji Kualitas Data..... 47
D. Analisis Regresi Berganda..... 50
E. Asumsi Klasik..... 51
F. Pengujian Hipotesis..... 52
G. Pengujian Determinasi..... 54
H. Pembahasan 54

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 59
A. Simpulan..... 59
B. Saran..... 60

DAFTAR PUSTAKA 61

DAFTAR GAMBAR

No Judul Halaman

1. Kerangka Konseptual 20
2. *Scatter Plot* 52

DAFTAR TABEL

No **Judul** **Halaman**

1. Top Brand Index *E-Commerce* 2
2. Penelitian Terdahulu..... 19
3. Tabel Populasi.....32
4. Definisi Operasional Variabel..... 34
5. Pemberian Bobot Score 35
6. Distribusi Koesioner.....46
7. Jenis Kelamin Responden.....46
8. Usia Responden.....47
9. Semester Responden.....47
10. Uji Validitas Loyalitas Konsumen 48
11. Uji Validitas *Influencer marketing*..... 48
12. Uji Validitas *Price Discount*.....50
13. Uji Reabilitas 50
14. Analisis Regresi Berganda.....50
15. *Kolmogorof- Smirnov Test*..... 51
16. Uji Multikolineritas 51
17. Hasil Uji T (Uji Parsial).....53
18. Hasil Uji F (Uji Simultan). 53
19. Koefisien Determinasi 54