

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN *INFLUENCER MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* PADA
MAHASISWA DI KOTA BANJARMASIN MELALUI MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



SKRIPSI

Disusun Oleh :

**SITI NURHALISA SETYAWATI
2210113220024**

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
JULI 2026**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN *INFLUENCER MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* PADA
MAHASISWA DI KOTA BANJARMASIN MELALUI MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Oleh:

SITI NURHALISA SETYAWATI

2210113220024

Skripsi

**Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar
Sarjana Pendidikan Jurusan Pendidikan Ekonomi**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
JULI 2026**

PRENYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Nurhalisa Setyawati

NIM : 2210113220024

Jurusan : Pendidikan Ekonomi

Menyatakan bahwa skripsi saya berjudul **“PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* PADA MAHASISWA DI KOTA BANJARMASIN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”** ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Selain itu, sumber informasi yang dikutip dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila pada kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya.

Banjarmasin, Juli 2026

Yang Membuat pernyataan



Siti Nurhalisa Setyawati

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Siti Nurhalisa Setyawati

NIM : 2210113220024

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Pada Mahasiswa Di Kota Banjarmasin Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat.

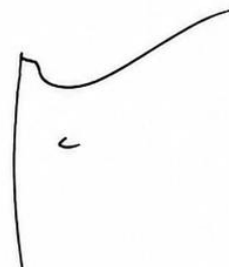
Banjarmasin, 06 Juli 2026

Pembimbing I



Dr. Amanda Setiawan, M.Pd.
NIP 19940509 201903 1 009

Pembimbing II



Dr. Muhammad Rahmattullah, M.Pd.
NIP 19820413 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Pengaruh Media Sosial dan *Influencer Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* pada Mahasiswa Di Kota Banjarmasin Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi

Yang disusun oleh : Siti Nurhalisa Setyawati, NIM : 2210113220024, ini telah dipertahankan didepan dewan penguji pada 06 Juli 2026.

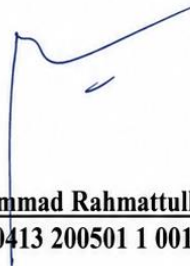
Dewan Penguji

Pembimbing I



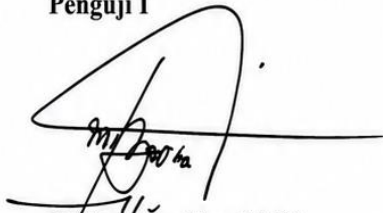
Dr. Ananda Setiawan, M.Pd.
NIP 19940509 201903 1 009

Pembimbing II



Dr. Muhammad Rahmattullah, M.Pd.
NIP 19820413 200501 1 001

Penguji I



Dr. Baseran Nor, M.Pd.
NIP 19820321 200604 1 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi



Dr. Muhammad Rahmattullah, M.Pd.
NIP 19820413 200501 1 001

ABSTRAK

Siti Nurhalisa Setyawati, 2026. Pengaruh Media Sosial dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Pada Mahasiswa di Kota Banjarmasin Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi. Skripsi, Jurusan Pendidikan Ekonomi, FKIP Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, (Pembimbing I : Dr. Ananda Setiawan, M.Pd. Pembimbing II : Dr. Muhammad Rahmattullah, M.Pd).

Penelitian kuantitatif ini memperluas cakupan *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk mengkaji dampak media sosial dan pemasaran *influencer* terhadap keputusan pembelian produk *fashion*, dengan menggunakan sampel sebanyak 170 mahasiswa di Banjarmasin. Melalui analisis data menggunakan metode SEM-PLS dengan perangkat lunak SmartPLS 4, hasil empiris menunjukkan bahwa meskipun media sosial memberikan pengaruh langsung baik terhadap niat beli maupun keputusan pembelian akhir, pemasaran *influencer* hanya memengaruhi perilaku pembelian secara tidak langsung, yakni dengan mengandalkan niat beli sebagai mekanisme perantara. Pada akhirnya, niat beli berperan sebagai mediator krusial bagi kedua saluran pemasaran digital tersebut. Temuan ini memperkuat relevansi teoretis TPB dalam konteks konsumen digital serta mengimplikasikan bahwa perusahaan *fashion* perlu mengintegrasikan strategi media sosial yang kuat dengan kolaborasi *influencer* yang kredibel guna mengoptimalkan minat beli konsumen.

Kata Kunci: media sosial, *influencer marketing*, minat beli, keputusan pembelian, produk *fashion*.

ABSTRACT

Siti Nurhalisa Setyawati, 2026. The Influence of Social Media and Influencer Marketing on Fashion Product Purchase Decisions Among University Students in Banjarmasin Through Purchase Intention as a Mediating Variable. Undergraduate Thesis, Department of Economic Education, Faculty of Teacher Training and Education, Lambung Mangkurat University, Banjarmasin. (Supervisor I: Dr. Ananda Setiawan, M.Pd.; Supervisor II: Dr. Muhammad Rahmattullah, M.Pd.).

This quantitative inquiry extends the Theory of Planned Behavior (TPB) to investigate the impact of social media and influencer marketing on fashion purchasing decisions, utilizing a sample of 170 university students in Banjarmasin. Analyzing data through SEM-PLS via SmartPLS 4, the empirical results indicate that while social media exerts a direct influence on both purchase intention and final buying choices, influencer marketing only affects purchasing behavior indirectly, relying on purchase intention as an intervening mechanism. Ultimately, purchase intention serves as a critical mediator for both digital marketing vectors. These findings reinforce the theoretical applicability of TPB within digital consumer contexts and imply that fashion enterprises should integrate robust social media strategies with credible influencer collaborations to optimize consumer buying interest.

Keywords: fashion products, influencer marketing, purchase decision, purchase intention, social media

MOTTO

**“Ini hanyalah dunia, apapun itu semua akan berlalu jadi jangan berlebihan,
yang perlu dlebihkan hanya satu, yaitu rasa syukurmu”**

**“Seperti hujan, sederas apapun jatuhnya, ia tak pernah abadi, akan ada jeda,
akan ada reda, dan langit akan cerah pada waktunya”**

**“Karena sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya
beserta kesulitan itu ada kemudahan”**

(Q.S Al-Insyirah:5-6)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan pertolongan-Nya, karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

1. Teruntuk kedua orang tua tercinta saya Bapak R. Iwan Setijono dan Mama saya Jahratan Noor, terima kasih atas cinta yang tak pernah berkurang, doa yang tak pernah putus, serta pengorbanan yang tak pernah terhitung. Terima kasih telah menjadi tempat pulang, sumber kekuatan, dan alasan saya untuk terus bangkit di setiap langkah. Setiap pencapaian yang saya raih hari ini tidak akan pernah terwujud tanpa kasih sayang, dukungan, doa, dan kepercayaan yang selalu ayahanda dan ibunda berikan. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, umur yang penuh keberkahan, dan membalas setiap kebaikan Bapak dan Mama dengan pahala yang berlipat ganda.
2. Adik tersayang Nazwa Rania Putri, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Terima kasih atas doa, perhatian, semangat, dan kebahagiaan sederhana yang selalu kamu hadirkan. Semoga kita selalu diberikan kesempatan untuk saling mendukung, membanggakan kedua orang tua, dan meraih impian masing-masing.
3. Sahabat dan teman terbaik, Aqlin Neswan Nabela, Hegi Celsie Kireyniq, Mulia Siska, Najwa Aulia Yuzwanisa, Paulina Juliantri dan Puput Melati, terima kasih telah hadir bukan hanya sebagai teman, tetapi juga sebagai keluarga yang menemani setiap proses perjuangan ini. Terima kasih atas setiap doa, dukungan, bantuan, motivasi, serta tawa yang mampu menguatkan di tengah rasa lelah dan keraguan. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita dan saling mengingatkan bahwa setiap proses akan menemukan

akhirnya. Semoga persahabatan yang terjalin selalu membawa kebaikan, dan semoga kita dipertemukan kembali dalam berbagai kesuksesan di masa depan.

4. Teruntuk teman-teman perkuliahan, terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, dan setiap pengalaman yang telah dilalui selama menempuh pendidikan. Setiap cerita, diskusi, perjuangan, dan kenangan yang telah diciptakan menjadi bagian berharga dalam perjalanan ini. Semoga langkah kita setelah ini dipenuhi kemudahan, keberhasilan, dan keberkahan.
5. Siti Nurhalisa Setyawati, terima kasih karena telah memilih untuk bertahan ketika keadaan terasa berat, tetap melangkah meskipun penuh keraguan, dan tidak menyerah meski perjalanan ini tidak selalu mudah. Terima kasih telah berani menghadapi setiap tantangan, belajar dari setiap kegagalan, dan terus percaya bahwa setiap usaha akan menemukan hasilnya pada waktu yang tepat. Skripsi ini bukan hanya tentang menyelesaikan pendidikan, tetapi juga menjadi bukti bahwa segala perjuangan, kesabaran, air mata, dan doa tidak pernah sia-sia. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari perjalanan baru yang lebih indah dan penuh keberkahan.

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Penulis memanjatkan puji dan syukur ke hadirat-Nya atas limpahan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* pada Mahasiswa di Kota Banjarmasin Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi”

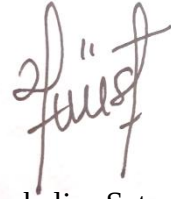
Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Sunarno Basuki, Drs., M.Kes., AIFO selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin.
3. Bapak Dr. Muhammad Rahmattullah, M.Pd. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin dan selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan motivasi dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Ananda Setiawan, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Baseran Nor, M.Pd. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran, kritik, dan arahan yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, motivasi, serta pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
7. Mahasiswa di Kota Banjarmasin yang telah bersedia menjadi responden dan membantu kelancaran pelaksanaan penelitian ini.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pendidikan ekonomi dan kewirausahaan.

Banjarmasin, Juli 2026



Siti Nurhalisa Setyawati

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Kajian Teori	14
1. Media Sosial	14
2. <i>Influencer Marketing</i>	23
3. Minat Beli	31
4. Keputusan Pembelian	36
B. Kerangka Berpikir.....	40

C. Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
A. Tempat dan Waktu Penelitian	43
B. Desain Penelitian.....	43
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	44
D. Responden Penelitian	45
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Pengembangan Instrumen Penelitian	48
G. Teknik Analisis Data.....	50
H. Prosedur Penelitian.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A. Hasil Penelitian	56
1. Deskripsi Statistik Responden.....	56
2. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	58
3. Pengujian Hipotesis.....	60
B. Pembahasan.....	79
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	102
A. Kesimpulan	102
B. Implikasi.....	102
C. Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	41
Gambar 3. 1 Tahapan Prosedur Penelitian.....	52
Gambar 4. 1 Model Struktural Penuh Tahap 1	62
Gambar 4. 2 Model Struktural Penuh Tahap 2	63

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	49
Tabel 4. 1 Latar Belakang Responden	56
Tabel 4. 2 Rangkuman Analisis Hasil Statistik.....	58
Tabel 4. 3 Nilai <i>Loading Factor</i>	61
Tabel 4. 4 Nilai LF, T Stat	63
Tabel 4. 5 Hasil Pemeriksaan <i>Construct Reliability</i>	64
Tabel 4. 6 Hasil <i>Output Cross Loading</i> Pada Media Sosial.....	65
Tabel 4. 7 Hasil <i>Output Cross Loading</i> Pada <i>Influencer Marketing</i>	66
Tabel 4. 8 Hasil <i>Ouput Cross Loading</i> Pada Minat Beli.....	66
Tabel 4. 9 Hasil <i>Output Cross Loading</i> Pada Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 4. 10 Perbandingan Nilai AVE dan Nilai Akar AVE	67
Tabel 4. 11 <i>Latent Variabel Correlation</i>	68
Tabel 4. 12 <i>Heterotrait-Monotrait</i> (HTMT)	68
Tabel 4. 14 Kesimpulan Hasil Uji Hipotesis.....	69
Tabel 4. 15 Koefisien Jalur	72
Tabel 4. 16 Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>).....	74
Tabel 4. 17 Perbandingan <i>Direct Effect</i> dan <i>Indirect Effect</i>	76
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>R2 adjusted</i>	78
Tabel 4. 18 Total Pengaruh (<i>Total Effect</i>).....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Instrumen Penelitian	126
Lampiran 1. 2 Data Observasi Awal	133
Lampiran 1. 3 Hasil <i>Calculate Algorithm</i>	135
Lampiran 1. 4 Hasil <i>Calculate Algorithm</i>	135
Lampiran 1. 5 <i>Outer Loading</i>	136
Lampiran 1. 6 <i>Construk Reability and Validity</i>	137
Lampiran 1. 7 Cross Loading	138
Lampiran 1. 8 <i>Latent Variable</i>	139
Lampiran 1. 9 <i>Heterotrait-Monotrait</i>	140
Lampiran 1. 10 <i>Path Coefficients (STDEV, T-Value, P-Value)</i>	141
Lampiran 1. 11 <i>Indirect Effect</i>	142
Lampiran 1. 12 <i>Total Effect</i>	143
Lampiran 1. 13 Tabulasi Data	144