

SKRIPSI

PENGARUH *PARASOCIAL RELATIONSHIP* DAN *SOURCE CREDIBILITY* TERHADAP *PURCHASE* *INTENTION* PADA PENGIKUT *FASHION* *INFLUENCER* DI INSTAGRAM

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
program studi Administrasi Bisnis

Oleh :

AISYA AL JAHRA

NIM : 2210412320026



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *PARASOCIAL RELATIONSHIP* DAN *SOURCE CREDIBILITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PENGIKUT *FASHION INFLUENCER* DI INSTAGRAM

- A. Nama Mahasiswa : Aisya Al Jahra
NIM : 2210412320026
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

Devi Rusvitawati, S.Pd., M.M
NIP. 198902082024062001

(.....)

b. Penguji I

Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA
NIP. 196701131994031001

(.....)

c. Penguji II

Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
NIP. 198912072025211048

(.....)

Banjarmasin, 29 September 2026

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

Devi Rusvitawati, S.Pd., M.M
NIP. 198902082024062001

Mengetahui
Dekan FISIP Universitas Lambung Mangkurat

Dr. Irvansyah, S.Sos., M.Si
NIP. 197104201999031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Pengaruh Parasocial relationship dan Source credibility terhadap Purchase intention pada Pengikut Fashion influencer di Instagram*". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara moral maupun material sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Ibu Nurul Wahyuni S.Sos., M.AB selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
5. Ibu Devi Rusvitawati S.Pd, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis yang telah banyak membantu memberikan arahan, waktu, masukan, koreksi, dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan dan penelitian skripsi ini.
6. Bapak Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA selaku Dosen penguji I sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan, saran, dan bimbingan dalam penyusunan skripsi serta memberikan saran dan petunjuk selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
7. Bapak Rizki Muslim Hidayat S.AB, MM selaku Dosen penguji II yang telah memberikan arahan, saran, bimbingan dan bersedia meluangkan waktu kepada penulis agar penulisan dan penelitian skripsi ini dapat lebih baik dan sesuai dengan pedoman skripsi.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah membimbing, mendidik dan memberikan ilmu yang kedepannya akan menjadi bekal penulis dimasa yang akan datang.
9. Seluruh Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Jurusan Administrasi Bisnis yang telah membantu dalam administrasi.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan, bantuan, dukungan, dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis dengan pahala yang berlipat ganda serta senantiasa melimpahkan rahmat dan ridho-Nya kepada semua pihak yang terlibat. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, keterbatasan, dan belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya serta bagi pembaca.

Banjarmasin, 29 September 2026

Aisya Al Jahra
NIM. 2210412320026

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alam, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat, kesehatan, kekuatan, kemudahan, dan keberkahan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri teladan bagi seluruh umat manusia. Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan kepada orang-orang yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan motivasi selama proses penyelesaian pendidikan ini:

1. Teruntuk Mama tercinta, Ibu Aniek Trisriahwati, S.Pd., terima kasih atas segala doa, dukungan, pengorbanan, dan kasih sayang yang selalu diberikan selama penulis menempuh pendidikan. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan dan motivasi hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan Mama kesehatan, umur panjang, kebahagiaan, dan keberkahan.
2. Teruntuk Abah, Bapak H. Akhdia, terima kasih atas segala dukungan dan hal-hal yang telah diberikan selama penulis menempuh pendidikan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan pendidikan penulis hingga sampai pada tahap ini.
3. Teruntuk Kakek dan Nenek tercinta, Kakek Munif dan Nenek Badar, terima kasih atas doa, perhatian, dan dukungan moral yang selalu diberikan kepada penulis. Kehadiran Kakek dan Nenek menjadi bagian yang berarti dalam perjalanan penulis hingga dapat menyelesaikan pendidikan ini. Semoga Allah

SWT senantiasa menjaga Kakek dan Nenek, memberikan ketenteraman, kebahagiaan, dan keberkahan dalam setiap hari yang dilalui.

4. Teruntuk saudara penulis, Luthfi Al Farizziee dan Siti Yasira Azzahra, terima kasih telah menjadi sumber tawa dan keceriaan di tengah perjalanan penulis menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi dan memudahkan setiap langkah kalian.
5. Kepada Reisha Nur Aiska, sosok yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis sejak masa SMP, terima kasih atas segala dukungan, bantuan, dan kebersamaan yang telah diberikan hingga hari ini. Terima kasih karena telah hadir ketika penulis membutuhkan bantuan dan motivasi selama menjalani pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini. Semoga perjuangan yang telah dilalui bersama membawa kita menuju kesuksesan yang dicita-citakan, dan semoga hubungan yang telah terjalin sejak masa SMP senantiasa terjaga dengan baik.
6. Kepada sahabat-sahabat penulis, Leora, Nabila, Alifia, dan Andini, terima kasih telah kebersamai penulis sejak semester pertama hingga menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan warna yang telah diberikan dalam perjalanan perkuliahan.
7. Terakhir, skripsi ini penulis persembahkan kepada diri sendiri, yang telah bertahan sampai sejauh ini. Kepada diri yang pernah merasa lelah, ragu, dan takut, terima kasih karena tetap memilih untuk melangkah. Tidak semua bagian dari perjalanan ini mudah dan tidak semuanya berjalan seperti yang diharapkan, tetapi pada akhirnya penulis berhasil sampai di titik yang dahulu

hanya dibayangkan. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa tidak apa-apa berjalan dengan perlahan, selama tetap berjalan.

PERNYATAAN ORISINIL

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini merupakan hasil gagasan, perumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan dari tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar maupun karya yang telah dipublikasikan oleh pihak lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah dicantumkan nama pengarangnya dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Banjarmasin, 29 September 2026

Yang membuat pernyataan,



Aisya Al Jahra

NIM. 2210412320026

ABSTRAK

Aisya Al Jahra, 2210412320026, 2026. Pengaruh *Parasocial relationship* dan *Source credibility* terhadap *Purchase intention* pada Pengikut *Fashion influencer* di Instagram, di bawah bimbingan: Devi Rusvitawati.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh signifikan secara parsial dan simultan variabel *Parasocial relationship* dan *Source credibility* terhadap *Purchase intention* pada pengikut *fashion influencer* di Instagram yang berdomisili di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden yang merupakan pengikut *fashion influencer* di Instagram dan berdomisili di Kota Banjarmasin, yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 31.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Parasocial relationship* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase intention* pada pengikut *fashion influencer* di Instagram. *Source credibility* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase intention* pada pengikut *fashion influencer* di Instagram. *Parasocial relationship* dan *Source credibility* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase intention* pada pengikut *fashion influencer* di Instagram.

Kata kunci: *Parasocial relationship, Source credibility, Purchase intention, fashion influencer.*

ABSTRACT

Aisya Al Jahra, 2210412320026, 2026. The Effect of Parasocial relationship and Source credibility on Purchase intention among Followers of Fashion influencers on Instagram, under the supervision of Devi Rusvitawati.

This study aims to determine and examine the partial and simultaneous significant effects of Parasocial relationship and Source credibility on Purchase intention among followers of fashion influencers on Instagram who reside in Banjarmasin City.

This study used a quantitative approach with an explanatory research design. The sample consisted of 100 respondents who were followers of fashion influencers on Instagram and resided in Banjarmasin City, selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the assistance of IBM SPSS Statistics 31.

The results showed that Parasocial relationship partially had a positive and significant effect on Purchase intention among followers of fashion influencers on Instagram. Source credibility partially had a positive and significant effect on Purchase intention among followers of fashion influencers on Instagram. Parasocial relationship and Source credibility simultaneously had a positive and significant effect on Purchase intention among followers of fashion influencers on Instagram.

Keywords: *Parasocial relationship, Source credibility, Purchase intention, fashion influencer.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT TUGAS	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN	viii
PERNYATAAN ORISINIL.....	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Perilaku Konsumen	13
2.1.2 <i>Purchase intention</i>	17
2.1.3 <i>Parasocial relationship</i>	20
2.1.4 <i>Source credibility</i>	22
2.1.5 Pengaruh <i>Parasocial relationship</i> terhadap <i>Purchase intention</i>	25
2.1.6 Pengaruh <i>Source credibility</i> terhadap <i>Purchase intention</i>	27
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	34
2.3.1 Hipotesis Penelitian.....	34
2.3.2 Model Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Pendekatan Penelitian	40
3.2 Desain Penelitian	40
3.3 Lokasi Penelitian.	41
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling	41
3.4.1 Populasi	41
3.4.2 Besar Sampel.....	42
3.4.3 Teknik Sampling	44
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	44
3.5.1 Variabel Independen (<i>Independent variable</i>)	45
3.5.2 Variabel Dependen (<i>Dependent Variabel</i>).....	47
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6.1 Data Primer	51
3.6.2 Data Sekunder	51

3.7	Teknik Analisis Data	52
3.7.1	Skala Pengukuran	52
3.7.2	Deskriptif Statistik	52
3.7.3	Uji Instrumen	53
3.7.4	Uji Asumsi Klasik	54
3.7.5	Analisis Regresi Linear Berganda	56
BAB IV	HASIL PENELITIAN	60
4.1	Profil Responden	60
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Instagram dalam Sehari	62
4.2	Analisis Statistik Deskriptif	64
4.2.1	Deskriptif Variabel <i>Parasocial relationship</i> (X1)	64
4.2.2	Deskriptif Variabel <i>Source credibility</i> (X2)	69
4.2.3	Deskriptif Variabel <i>Purchase intention</i> (Y)	75
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	79
4.3.1	Uji Validitas	79
4.3.2	Uji Reliabilitas	80
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	81
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	81
4.4.2	Hasil Uji Multikolinearitas	84
4.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	86
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda	87
4.6	Hasil Uji Hipotesis	88
4.6.1	Uji t (Parsial)	88
4.6.2	Uji F (Simultan)	90
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	92
BAB V	PEMBAHASAN HASIL	93
5.1	Pembahasan	93
5.1.1	Pengaruh <i>Parasocial relationship</i> terhadap <i>Purchase intention</i> pada Pengikut <i>Fashion influencer</i> di Instagram	93
5.1.2	Pengaruh <i>Source credibility</i> terhadap <i>Purchase intention</i> pada Pengikut <i>Fashion influencer</i> di Instagram	95
5.1.3	Pengaruh <i>Parasocial relationship</i> dan <i>Source credibility</i> terhadap <i>Purchase intention</i> pada Pengikut <i>Fashion influencer</i> di Instagram	98
5.2	Implikasi Hasil Penelitian	101
5.2.1	Implikasi <i>Parasocial relationship</i> terhadap <i>Purchase intention</i>	102
5.2.2	Implikasi <i>Source credibility</i> terhadap <i>Purchase intention</i>	102
5.2.3	Implikasi <i>Parasocial relationship</i> dan <i>Source credibility</i> terhadap <i>Purchase intention</i>	103
5.3	Keterbatasan Penelitian	106
BAB VI	PENUTUP	107
6.1	Kesimpulan	107
6.2	Saran	107
6.2.1	Saran Akademis	107

6.2.2 Saran Praktis.....	108
DAFTAR PUSTAKA	110

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal.
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	48
Tabel 3.2	Skala Likert.....	52
Tabel 3.3	Kategori Rentang Skala	53
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Instagram dalam Sehari	63
Tabel 4.4	Jawaban Responden Variabel <i>Parasocial relationship</i>	64
Tabel 4.5	Jawaban Responden Variabel <i>Source credibility</i>	69
Tabel 4.6	Jawaban Responden Variabel <i>Purchase intention</i>	75
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	79
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	81
Tabel 4.9	Uji Kolmogorov Smirnov	84
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas	85
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	87
Tabel 4.12	Hasil Uji t (Parsial)	89
Tabel 4.13	Hasil Uji F (Simultan).....	91
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	92

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal.
Gambar 1.1	Jumlah <i>Social media</i> User Identities di Indonesia Tahun 2025	2
Gambar 1.2	Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia.....	3
Gambar 1.3	Faktor yang Mempengaruhi Ketertarikan Awal terhadap Produk Fashion (Pra-Survei, n=10)	7
Gambar 2.1	Model Penelitian.....	39
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas Histogram	82
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	83
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	86
Gambar 5.1	Implikasi Hasil Penelitian.....	105

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal.
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	113
Lampiran 2	Hasil Output SPSS Versi 31	118
Lampiran 3	Sertifikat Plagiasi	133