

**PENGARUH *SOSIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**

**(Studi kasus Pada *Smartphone* OPPO di Gudang Cell)**

**ARTIKEL**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat Sidang  
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen

Oleh ,

**YESI LUKY**  
**NIM.3402160276**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH**  
**2021**

## ABSTRAK

**Yesi Luky NIM.3402160276, Pengaruh *Sosial Media Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada *Smartphone* OPPO di Gudang Cell). Dibawah bimbingan Hj. Renny Purwanti, S.Pd., M.M. (Sebagai Pembimbing I) dan H. Iwan Setiawan, M.M. (Sebagai Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *Sosial Media Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Smartphone* OPPO di Gudang Cell. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1]. Bagaimana *Sosial media influencer* pada Gudang Cell?; 2]. Bagaimana keputusan pembelian *Smartphone* OPPO pada Gudang Cell?; 3]. Bagaimana pengaruh *sosial media influencer* terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO pada Gudang Cell? Adapun tujuan penelitian ini adalah 1]. Bagaimana *sosial media influencer* terhadap Gudang Cell; 2]. Bagaimana keputusan pembelian terhadap penjualan *smartphone* OPPO pada Gudang Cell; 3]. Seberapa besar pengaruh *sosial media influencer* terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO pada Gudang Cell. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh, digunakan koefisien korelasi, koefisien determinasi, Uji Korelasi Sederhana, dan Uji t. Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *Sosial media influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO pada Gudang Cell. Diharapkan untuk lebih meningkatkan *Sosial media influencer* sebaiknya pihak Gudang Cell harus memperhatikan *Web sosial (Community building)* serta pihak Gudang Cell juga harus memperhatikan pada indikator waktu pembelian artinya kemudahan pembelian *Smartphone* OPPO di Gudang Cell dapat meningkatkan dalam segi penentuan pembelian produk.

**Kata kunci: *Sosial media influencer* dan Keputusan Pembelian**

## DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, Kotler 2015, “*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*”, England : Pearson Education, Inc
- Azevedo et al. 2018 *endophytic microorganisms. A review on insect control and recent advances on tropical plants. Electr. J. Biotechnol.* 3, 40-65
- Chisholm-Burns M.A., Schwinghammer T.L., Wells B.G., Malone P.M., Kolesar J.M. and Dipiro J.T., 2016, *Pharmacotherapy Principles and Practice, Mc Graw-Hill Companies*, New York.
- Hasibuan, Malayu Sp. 2012. *Manajemen SDM. Edisi Revisi*, Cetakan Ke Tigabelas. Jakarta : Bumi Aksara.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), *Prinsip- Prinsip Pemasaran* Edisi 12 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga
- Robbins, S. P. (2010). *Manajemen Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Safroni, L. (2012). *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia*. Surabaya: Aditya Media Publishing.
- Septi Winarsih, A. &. (2012). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sihotang, A. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Pradnya Paramitha.
- Simamora. (2007). *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II Edisi 2*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Cetakan Ke-12. Alfabeta.
- T. Hani Handoko. 2015. *Manajemen, Edisi 2* , Yogyakarta : BPF
- Winardi,2010, *Manajemen Prilaku Organisasi, Edisi Revisi*, Jakarta:Kencana.