

PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *BRAND AWARENESS* DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE KOPI PAPA GANTENG DI KOTA KUPANG

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**



OLEH:

CERRY CHARLIEN CLYRADISTA KADJA

NIM : 32122083

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH INFLUENCER MARKETING, BRAND AWARENESS DAN
MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE
KOPI PAPA GANTENG DI KOTA KUPANG**

Yang Diajukan Oleh :

Nama : Cerry Charlien Clyradista Kadja
NIM : 32122083
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

**Skripsi ini telah disetujui oleh Tim Pembimbing dan diuji di Fakultas
Ekonomika dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Katolik
Widya Mandira Kupang**

Pembimbing I


Dr. Simon Sia Nih, SE, M.Si
NIDN: 08 184 161 01

Pembimbing II


Selfiana Goetha, SE, MM
NIDN: 08 050793 02

Kupang2026

**Mengesahkan :
Ketua Program Studi Manajemen**




Hedwigh H. T Lejap SE, MM
NIDN: 15 161093 01

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Jumat, 12 Desember 2025
Jam : 11.00 – 13.00
Tempat : Ruang A206
Nama : Cerry Charlien Clyradista Kadja
NIM : 32122083
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si
2. Sekretaris : Selfiana Goetha, SE, MM
3. Penguji I : Apryanus Fallo, SE, MM
4. Penguji II : Engelbertus G.C Watu, SE, MM
5. Penguji III : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si

MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Dr. M. E. Perseveranda, SE, M.Si
NIDN: 0819066703

Ketua Program Studi
Manajemen



Hedwigh H. T. Leiap, SE, MM
NIDN: 1516109301

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Cerry Charlien Clyradista Kadja
No Registrasi : 32122083
Fakultas/Program Studi : Ekonomika Dan Bisnis / Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *BRAND AWARENESS* DAN
MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE
KOPI PAPA GANTENG DI KOTA KUPANG**

Adalah benar – benar karya saya sendiri dan apabila dikemudian hari ditemukan unsur-unsur plagiarisme, maka saya bersedia diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kupang, Januari 2026



Cerry Charlien Clyradista Kadja

MOTTO DAN PERSEMBAHAN MOTTO

“Direndahkan di mata manusia, ditinggikan dimata Tuhan”
“Aku memulai dengan nama Tuhan Yesus dan dengan penuh keyakinan
mengakhiri dengan kata Amin”

“Diberkatilah orang yang mengandalkan Tuhan, yang menaruh harapannya pada
Tuhan”
(Yeremia 17:7)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak Leonard Kadja dan Ibu Mutiara Oematan (Almh) yang telah melahirkan dan membesarkan saya dengan penuh cinta dan kasih sayang, serta mendoakan saya sehingga saya bisa sampai pada posisi saya saat ini.
2. Oma Adriana Lay (Almh) yang telah menyayangi dan mencintai saya semasa hidupnya serta mendoakan saya sehingga berhasil dalam studi.
3. Ibu Norce Nofu yang telah menyayangi saya serta mendukung saya dalam doa dan memberikan semangat sehingga saya bisa menyelesaikan studi.
4. Saudara-saudari saya: Ralen Kadja, Tiara Kadja dan Jan Kadja yang selalu mendukung saya dalam menyelesaikan studi.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh *Influencer Marketing*, *Brand Awareness* dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kopi Papa Ganteng Di Kota Kupang.**”

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang harus diselesaikan oleh Penulis sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis di Universitas Katolik Widya Mandira Kupang. Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dorongan, serta bimbingan pemikiran dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan limpah terima kasih kepada:

1. Pater Dr. Stefanus Lio, SVD., S.Fil., MA selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, karena telah memberikan kesempatan dan menyediakan fasilitas kepada Penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan Pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Ibu Dr. M.E. Perseveranda, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira.

3. Bapak Hedwigh H.T. Lejap, SE, MM dan Ibu Selfiana Goetha, SE, MM selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan motivasi dan masukan yang sangat membantu.
4. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si selaku Pembimbing I, Ketua Panitia Ujian Skripsi dan Penguji III serta Ibu Selfiana Goetha, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II dan Sekertaris Panitia Ujian yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan meluangkan waktu dalam proses penyusunan Skripsi ini.
5. Bapak Apryanus Fallo, SE, MM selaku penguji I dan Bapak Engelbertus G.C.Watu, SE, MM selaku Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan ujian, saran dan perbaikan.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta Pegawai tata usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang dengan tulus membantu penulis dalam studi dan fasilitas sarana lainnya.
7. Orang tua tercinta saya Bapak Leonard Kadja dan Ibu Mutiara Oematan (Almh), saudara-saudari saya, Ralen Kadja, Tiara Kadja, Jan Kadja dan juga Oma tercinta Adriana Lay (Almh), serta Ibu Norce Nofu yang tiada hentinya mendoakan dan mendukung keberhasilan penulis.
8. Sahabat tercinta dan tersayang saya, Lourine Jesayas, Joyce Ledo, Veren Beribe, Calista Oematan, Elis Tasman, dan Clarisa Ang yang selalu membantu saya dalam setiap aktivitas, memberikan dukungan serta motivasi selama proses penyelesaian skripsi. Terima Kasih

atas kebersamaan, perhatian doa dan semangat diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

9. Teman-teman Mahasiswa/I seperjuangan Angkatan 2022 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang dengan caranya masing-masing telah membantu dan memberi dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung selama kuliah dan penulisan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis baik selama di kampus, di tempat penelitian dan dimana saja.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun demi menyempurnakan skripsi ini.

Kupang, Januari 2026

Cerry C.C Kadja

ABSTRAK

Cerry Charlien Clyradista Kadja (32122083), dengan judul Penelitian “Pengaruh *Influencer Marketing*, *Brand Awareness* Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Kopi Papa Ganteng Di Kota Kupang.” Di bawah bimbingan Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si selaku Pembimbing I dan Ibu Selfiana Goetha, SE, MM selaku Pembimbing II.

Masalah Penelitian (1) Bagaimana gambaran umum tentang *Influencer marketing*, *Brand awareness*, Minat beli dan Keputusan pembelian pada Pada Cafe Kopi Papa Ganteng di Kota Kupang? (2) Apakah *influencer marketing* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Cafe Kopi Papa Ganteng di Kota Kupang? (3) Apakah *brand awareness* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Cafe Kopi Papa Ganteng di Kota Kupang? (4) Apakah minat beli secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Kopi Papa Ganteng di Kota Kupang? (5) Apakah *influencer marketing*, *brand awareness* dan minat beli secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pada Cafe Kopi Papa Ganteng di Kota Kupang?

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan atau pernah mengambil keputusan pembelian pada Cafe Kopi Papa Ganteng Di Kota Kupang. Sampel dalam penelitian ini yaitu 112 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui Google Form. Analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik Inferensial.

Hasil analisis deskriptif menggambarkan variabel *Influencer Marketing* sebesar 82,81% (Tinggi), variabel *Brand Awareness* 85,50% (Tinggi), Minat Beli 84,57% (Tinggi) dan Keputusan Pembelian 84% (Tinggi), semua variabel masuk dalam kategori baik. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan variabel *Influencer Marketing* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. *Brand Awareness* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Minat beli secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Nilai Koefisien determinasi (R^2) diperoleh dari R square sebesar 0,610, yang menunjukkan bahwa variabel *Influencer Marketing*, *Brand Awareness* Dan Minat Beli secara simultan mampu menjelaskan sebesar 61,0%, variasi perilaku Keputusan Pembelian. Sedangkan sisanya 39,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Kata Kunci: *Influencer Marketing*, *Brand Awareness*, Minat Beli dan Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Manajemen Pemasaran.....	14
B. Kerangka Berpikir	34
C. Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Tempat Dan Waktu Penelitian	40
B. Populasi Dan Sampel.....	40

C. Jenis Data	42
D. Teknik Pengumpulan Data	43
E. Variabel, Definisi Operasional, Indkator dan Skala Pengukuran	43
F. Teknik Analisa Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
A..Hasil Penelitian	58
1. Karakteristik Responden	58
2. Hasil Uji Kuisisioner	62
B. Analisi Data	66
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan Produk di Cafe Kopi Papa Ganteng Kota	
Kupang (2020-2024)	8
Tabel 1.2. <i>Research Gap</i>	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional dan Indikator	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan	61
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Influencer Marketing (X1)	63
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Awareness (X2)	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (X3)	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.10 Kategori Gambaran Influencer Marketing (X1)	67
Tabel 4.11 Kategori Gambaran Brand Awareness (X2)	68
Tabel 4.12 Kategori Gambaran Minat Beli (X3)	68
Tabel 4.13 Kategori Gambaran Keputusan Pembelian (Y)	69
Tabel 4.14 Uji Linearitas.....	72
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Dan	
Hasil Uji Parsial (uji t)	75

Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	80
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi (R ²).....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas	71
Gambar 4.2 P-plot Uji Normalitas	71
Gambar 4.3 Uji Heterokedasitas.....	73