

**PENGARUH *RELIGIUSITAS, VIDEO ADVERTISING,*  
*DAN DESAIN PRODUK FASHION* TERHADAP *MINAT*  
*BELI PRODUK GHEALSY***

(Study pada Followers Instagram Ghealsy di Malang)

**SKRIPSI**

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN

MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)



**BEBY SILVIA**  
**2018.69.10.0041**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

**2022**

**PENGARUH *RELIGIUSITAS, VIDEO ADVERTISING,*  
*DAN DESAIN PRODUK FASHION TERHADAP MINAT*  
*BELI PRODUK GHEALSY***

(Study pada Followers Instagram Ghealsy di Malang)

**SKRIPSI**

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)



**BEBY SILVIA**  
**2018.69.10.0041**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

**2022**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

### TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**Judul** : PENGARUH *RELIGIUSITAS, VIDEO ADVERTISING, DAN DESAIN PRODUK FASHION* TERHADAP MINAT BELI PRODUK GHEALSY (Studi pada Followers Instagram Ghealsy di Malang)

**Disusun Oleh** : Beby Silvia

**NIM** : 201869100041

**Fakultas** : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


**Jurusan** : Administrasi Bisnis

**Konsentrasi** : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan  
didepan tim penguji  
Pasuruan, Juli 2022

Menyetujui

Pembimbing



(Nur Ajjizah, S. Sos., M. AB)  
NIP. Y.069.15.20.01

## TANDA PENGESAHAN

### TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS  
YUDHARTA PASURUAN, PADA:

**HARI** : Sabtu

**TANGGAL** : 23 Juli 2022

**JAM** : 10.00 WIB s/d Selesai

**JUDUL** : *PENGARUH RELIGIUSITAS, VIDEO ADVERTISING, DAN  
DESAIN PRODUK FASHION TERHADAP MINAT BELI PRODUK  
GHEALSY (Studi pada Followers Instagram Ghealsy di Malang)*

### DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

(Dr. Kholid Murtadlo, SE., M.E)  
NIP. 0690203006

(Amma Fazizah, S.Sos., M.AB)  
NIP.Y. 070.70.18.601

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



(Dr. Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB)  
NIP. Y. 069.11.03.037

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

### PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Beby Silvia

Nim : 201869100041

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

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

Pasuruan, 25 April 2022

Yang membuat pernyataan,

**Tanda Tangan**



METERAI TEMPEL  
1000  
98B7AJX941424945

Beby Silvia  
NIM. 201869100041

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini saya persembahkan untuk Kedua Orang Tua saya yang sudah berjuang dan selalu mendoakan saya serta kepada Tante saya Titus Oktaviani terimakasih atas dukungan dan semangatnya selama ini dan untuk diriku sendiri yang sudah mau berjuang tanpa putus asa dalam pengerjaan skripsi sampai pada titik terakhir dalam mendapatkan gelar sarjana.*

## MOTTO

“Barang siapa menginginkan kehidupan dunia, maka tuntutlah ilmu, dan barangsiapa yang ingin kebahagiaan akhirat tuntunlah ilmu, dan barangsiapa yang menginginkan keduanya tuntunlah ilmu pengetahuan”  
(Rasulullah SWA.)

“I feel like the possibility of all those possibilities being possible being possible is just another possibility that could possibly happen”  
(Mark Lee, NCT)

“Believe in something bigger than yourself and find your purpose in life”  
(Justin Bieber)

“You'll find you become more confident when you stop tryng to be someone else's, definition of beautiful and smart start being your own”  
(Cenul)

“Prosesnya mungkin gak mudah tapi endingnya bikin gak berhenti alhamdulillah”  
(Peneliti)

“Skripsi itu dikerjakan, bukan malah Overthingking berlebihan, bahkan sampai Nangis tiap Malam 🥹🥹🥹”  
=-- Beby Silvia --=

## RINGKASAN

Beby Silvia. Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta. 29 Juni 2022. PENGARUH *RELIGIUSITAS, VIDEO ADVERTISING, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI* PRODUK GHEALSY (Studi pada Followers Instagram Ghealsy di Malang).

Pembimbing: Nur Ajizah, S. Sos., M. AB

---

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Religiusitas, Video Advertising, dan Desain Produk Fashion Terhadap Minat Beli Produk Ghealsy* di Malang. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dengan penyebaran kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dimana orang yang dipilih sebagai sampel sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian, sampel yang digunakan sebanyak 100 responden melalui penyebaran kuesioner. Rumus yang digunakan dalam perhitungan sampel ialah menggunakan rumus Lemeshow (1997). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Teknik analisis data yang digunakan ialah menggunakan *software SPSS 25*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) variabel *Religiusitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. (2) *Video Advertising* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. (3) *Desain Produk* berpengaruh positif terhadap Minat Beli. (4) *Religiusitas, Video Advertising, dan Desain Produk* secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli.

**Keywords** : ***Religiusitas, Video Advertising, Desain Produk, dan Minat Beli***

## **SUMMARY**

*Beby Silvia. Yudharta University Business Administration Study Program. June 29, 2022. EFFECT OF RELIGIUSITY, VIDEO ADVERTISING, AND PRODUCT DESIGN ON INTEREST IN BUYING GHEALSY PRODUCTS (Study on Ghealsy Instagram Followers in Malang).*

*Supervisor: Nur Ajizah, S. Sos., M. AB*

---

*The purpose of this study was to determine the effect of religiosity, video advertising, and fashion product design on interest in buying Ghealsy products in Malang. This type of research uses descriptive research with a quantitative approach, with questionnaires as a data collection technique. The sampling method used purposive sampling, which is a sampling technique where people are selected as samples according to the purpose of the research, the sample used is 100 respondents through questionnaires. The formula used in calculating the sample is using the Lemeshow formula (1997). The data analysis method used in this research is multiple linear regression analysis. The data analysis technique used is using SPSS 25 software.*

*The results of this study indicate that: (1) the religiosity variable has no significant effect on buying interest. (2) Video Advertising has a significant effect on Buying Interest. (3) Product Design has a positive effect on Purchase Intention. (4) Religiosity, Video Advertising, and Product Design together or simultaneously have a significant and positive effect on Buying Interest.*

**Keyword** : **Religiosity, Video Advertising, Product Design, and Buying Interest**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh *Religiusitas, Video Advertising, dan desain Produk Fashion Terhadap Minat Beli* Produk Ghealsy (Studi pada Followers Instagram Ghealsy di Malang)”. Proposal skripsi ini disusun sebagai syarat menyelesaikan studi jenjang srata satu (S1), Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Yudharta Pasuruan.

Penulis menyadari sebelumnya, telah mendapat banyak dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan waktu, tenaga, dan pikirannya. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Romo K.H Sholeh Bahrudin selaku pengasuh Yayasan Pondok Pesantren Ngalah yang senantiasa membingbing kami, baik jasmani maupun rohani.
2. Bapak Dr. Kholid Murtadlo S.E selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Ibu Any Urwatul Wusko S.Sos , M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik.
4. Ibu Nur Ajizah S.Sos , M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis.
5. Ibu Nur Ajizah S.Sos , M.AB selaku dosen pembimbing.
6. Kedua orang tua yang senantiasa memberi semangat dan doanya.

7. Teman–teman yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam proses penyusunan proposal ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis yang telah berjasa dan membantu baik moriil maupun semangat dalam proses penyusunan proposal ini.
9. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting!!!!*
10. *someone who has been supportive and always there when I needed him in my thesis work. You are really special in my life, thank you for being in my life. I hope you are with me forever. for you far away!!!!*

Akhir kata, penyusunan proposal ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan proposal skripsi kedepannya

Pasuruan, 25 April 2022

Penulis

Beby Silvia  
NIM.201869100041

## DAFTAR ISI

<b>Sampul Depan</b> .....	
<b>Sampul Belakang</b> .....	
<b>Halaman Persetujuan</b> .....	i
<b>Halaman Pengesahan</b> .....	ii
<b>Halaman Pernyataan</b> .....	iii
<b>Halaman Persembahan</b> .....	iv
<b>Halaman Motto</b> .....	v
<b>Abstrak</b> .....	vi
<b>Kata Pengantar</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	11
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	11

2.1.3 Perilaku Konsumen .....	11
2.1.4 Media Sosial Instagram .....	12
2.1.5 Religiusitas .....	14
2.1.6 Video Advertising .....	22
2.1.7 Desain Produk .....	27
2.1.8 Minat Beli .....	31
2.2 Penelitian Terdahulu .....	35
2.3 Pengaruh Antar Variabel .....	45
2.3.1 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli .....	45
2.3.2 Pengaruh Video Advertising Terhadap Minat Beli .....	45
2.3.3 Pengaruh Desain Produk Terhadap Minat Beli.....	46
2.3.4 Pengaruh Religiusitas, Video Advertising, dan Desain Produk Secara Bersama-sama Berpengaruh Terhadap Minat Beli.....	47
2.4 Hipotesis.....	48

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian .....	49
3.2 Lokasi Penelitian .....	50
3.3 Populasi dan Sampel .....	50
3.3.1 Populasi .....	50
3.3.2 Sampel .....	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	52
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	53
3.6 Uji Instrumen.....	57

3.6.1 Uji Validitas .....	57
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	57
3.7 Teknik Analisis Data .....	58
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	58
3.7.2 Analisis Statistik Inferensial .....	58
3.7.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	59
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	60
3.7.3.1 Uji Normalitas .....	60
3.7.3.2 Uji Multikolinieritas .....	60
3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	61
3.7.4 Teknik Penguji Hipotesis .....	61
3.7.4.1 Uji T (Parsial) .....	61
3.7.4.2 Uji F (Simultan).....	62
3.7.5 Koefisien Determinasi .....	63

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	64
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	64
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	66
4.2 Analisis Deskriptif.....	71
4.2.1 Analisis Distribusi Variabel .....	71
4.2.1.1 Variabel <i>Religiusitas</i> ( $X_1$ ) .....	71
4.2.1.2 Variabel <i>Video Advertising</i> ( $X_2$ ) .....	73
4.2.1.3 Variabel <i>Desain Produk</i> ( $X_3$ ) .....	77

4.2.1.4 Variabel <i>Minat Beli</i> (Y) .....	81
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	84
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	84
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	86
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	86
4.4.1 Hasil Uji Normalitas .....	86
4.4.2 Hasil Uji Multukolinieritas .....	88
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	89
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	91
4.6 Koefisien Determinasi.....	93
4.7 Penguji Hipotesis.....	93
4.7.1 Hasil Uji T.....	93
4.7.2 Hasil Uji F.....	95
4.8 Pembahasan Hipotesis.....	96
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	104
5.2 Saran.....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>110</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Keterangan	Hal
2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	43
3.1	Definisi operasional variabel religiusitas	54
3.2	Definisi operasional variabel video advertising	54
3.3	Definisi operasional variabel desain produk	55
3.4	Definisi operasional variabel minat beli	55
4.1	Daftar Produk Ghealsyshoesid	65
4.2	Jenis Kelamin Responden	66
4.3	Distribusi Usia/Umur Responden	67
4.4	Pendidikan Terakhir responden	68
4.5	Pekerjaan Responden	69
4.6	Distribusi Frekuensi Variabel Religiusitas	71
4.7	Distribusi Frekuensi Variabel Video Advertising	73
4.8	Distribusi Frekuensi Variabel Desain Produk	77
4.9	Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli	81
4.10	Hasil Uji Validitas	84
4.11	Hasil Uji Reliabilitas	86
4.12	Hasil Uji Normalitas	88
4.13	Hasil Uji Multikolinearitas	89
4.14	Hasil Uji Heterosketastisitas	90
4.15	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	91

4.16	Hasil Koefisien Determinasi	93
4.17	Hasil Uji T	94
4.18	Hasil Uji F	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Keterangan	Hal
1.1	Grafik Ekonomi Kreatif Menurut PBD	1
1.2	Persentase yang menggunakan setiap platform media sosial	3
1.3	Pengguna Instagram di Indonesia tahun 2022	3
2.1	Model Perilaku Konsumen Assael	12
2.2	Model Penelitian Eka Sri Apriliana, dkk, 2021	35
2.3	Model Penelitian Anita Rakhmawaty dan Ziana, 2021	36
2.4	Model Penelitian Antin Rakhmwati, 2018	37
2.5	Model Penelitian M. Rizma Kibtyah, dkk, 2021	38
2.6	Model Penelitian Nabila Ika Maharani, 2020	39
2.7	Model Penelitian M. Arief Algiffary, dkk, 2020	40
2.8	Model Penelitian Givent Chrissyne Tangka, dkk, 2020	41
2.9	Model Penelitian Mina Nia Yupitasari, dkk, 2021	42
2.10	Model Penelitian Ogy Irvanto dan Sujana, 2020	42
2.11	Model Penelitian Aris Susanto, 2019	43
2.12	Model Penelitian Silvia, (2022)	48
4.1	Logo Ghealsyshoesid	64
4.2	Diagram Jenis Kelamin	67
4.3	Diagram Usia Responden	68
4.4	Diagram Pendidikan Responden	69

4.5	Diagram Pekerjaan Responden	70
4.6	Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	87
4.7	Hasil Uji Normalitas Grafik Normal Plot	87
4.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas	90