

**Judul** : Pengaruh Penggunaan Influencer Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penjualan Produk Kacamata  
**Pengarang** : Ainun Jariya 20.005  
**Kode DOI** :  
**Keywords** : Influencer, Produk Kacamata, Strategi Pemasaran  
**Item Type** : Karya Tulis Ilmiah  
**Tahun** : 2023

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari penggunaan influencer sebagai strategi pemasaran dalam peningkatan penjualan produk kacamata. Adapun informasi yang dikaji di antaranya faktor-faktor yang membuat influencer berperan dalam pemasaran, alasan atau peran dari influencer dalam proses pemasaran serta dampak dari penggunaan influencer sebagai strategi pemasaran dalam penjualan produk kacamata. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pengisian kuesioner melalui google form yang disebarakan ke media sosial. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat pelaku usaha atau karyawan optik maupun bidang yang masih relevant dan masyarakat yang memiliki ketertarikan terhadap produk kacamata. Hasil yang diperoleh yaitu persentase sebesar 90% setuju bahwa penggunaan influencer sebagai strategi pemasaran merupakan strategi pemasaran yang efektif dan efisien dalam upaya peningkatan penjualan produk kacamata

Kata kunci: influencer, produk kacamata, strategi pemasaran

#### **ABSTRACT**

*This research aimed to determine the effect of using influencers as a marketing strategy in increasing sales of eyewear products. The information examined includes the factors that make influencers play a role in marketing, the reasons of influencers in the marketing process and the impact of using influencers as a marketing strategy in selling eyewear products. The method used is a qualitative method by filling out a questionnaire through the Google form which is distributed to social media. The sample in this study is the community of business people or optical employees as well as fields that are still relevant and people who have an interest in eyewear products. The results obtained are 90% agreeing that the use of influencers as a marketing strategy is an effective and efficient marketing strategy in an effort to increase sales of eyewear products.*

*Keywords: influencer, eyewear products, marketing strategy.*

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Akademi Refraksi Optisi dan Optometry Gapopin</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II TINJAUAN REFERENSI</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV ANALISIS HASIL</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN REKOMENDASI</b> ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>REFERENSI</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, perkembangan zaman semakin maju pesat terbukti dari persaingan bisnis yang semakin ketat. Hal tersebut membuat kita harus terus melakukan inovasi dalam menentukan dan melakukan strategi pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu hal penting dalam bisnis, berkaitan dengan bagaimana sebuah produk diperkenalkan dan didistribusikan hingga sampai pada konsumen. Terdapat banyak metode dan cara yang dapat digunakan untuk memasarkan sebuah produk barang atau jasa. Seiring dengan perkembangan waktu, para pemasar wajib mengubah pola dan taktik pemasaran agar tetap mampu mengikuti perkembangan zaman dan mampu bersaing di pasar bebas dengan para kompetitornya, salah satunya adalah dengan memanfaatkan teknologi digital.

Strategi pemasaran saat ini telah banyak memanfaatkan teknologi digital dengan pemanfaatan sosial media sebagai *tools marketing*. Jumlah pengguna media sosial yang terus bertambah setiap tahunnya menjadikan *social media marketing* (SMM) menjadi jenis pemasaran yang paling efektif saat ini. Sosial media sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat sehari-hari sebagai media komunikasi. Banyak keuntungan yang diperoleh dengan melakukan pemasaran dan promosi di sosial media yaitu lebih hemat biaya dan dapat menjangkau para calon konsumen yang tersebar luas di seluruh dunia. Fenomena yang saat ini umum terjadi untuk meningkatkan pemasaran di sosial media, perusahaan memanfaatkan *influencer* sebagai strategi marketingnya. *Influencer* yaitu seseorang yang bisa memberikan pengaruh di masyarakat. Mereka yang disebut *influencer* memiliki ciri, keunikan konten, serta daya tarik tersendiri sehingga dapat mempengaruhi para *audiens* yang mengikutinya. *Influencer* digunakan oleh sebuah *brand* untuk menyampaikan tujuan dari *brand* ke target konsumen tertentu. Penggunaan *influencer* sebagai sarana untuk membantu pemasaran sebuah produk kini telah menjadi pilihan yang digemari oleh banyak perusahaan. Peran *influencer* mulai

## REFERENSI

- Arora, T., & Agarwal, B. 2019. Empirical Study on Perceived Value and Attitude of Millennials Towards Social Media Advertising: A Structural Equation Modelling Approach. *Vision* 23(1), 56–69.
- Brown, D., & Hayes, N. 2008. *Influencer Marketing: Who Really Influences Your Customers?* Oxford: Butterworth-Heinemann.
- De Veirman, M., Cauberghe, V., & Hudders, L. 2017. Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude. *International Journal of Advertising*, 36(5), 798– 828.
- Djafarova, E., & Rushworth, C. 2017. Exploring The redibility of Online Celebrities Instagram Profiles in Influencing The Purchase Decision of Young Female Users. *Computers in Human Behavior*. Vol.68, 1-7.
- Dogra, K. 2019. *The Impact of Influencer Marketing on Brand Loyalty Towards Luxury Cosmetics Brands: Comparison of Generation Z and Millennial*. Modul University.
- Hariyanti, N dan Wirapraja, A. 2018. Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal eksekutif* Volume 15; 113-146.
- Hutabarat, Julius Ripandi. 2020. Pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian produk Eiger. Universitas HKBP Nommensen. *Jurnal Stindo Profesional* Vol. VI, No. 2
- Kertamukti, R. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Khurana, A.K., Aruj, K.K., & Bhawna, K. 2014. *Theory and Practice of Optics and Refraction*. Elsevier. India.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2007. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P.1997. *Marketing Management: Analysis, Planning, and Control*. 9th Ed. London: Prentice-Hall, International.Inc
- Kotler, P. & G. A. 2014. *Principle Of Marketing*(15th ed.). Pearson Pretice hall.
- Kulsum, U., dan Jauhar, M. 2014. *Pengantar Psikologi Sosial*. Pustakaraya. Jakarta.
- Lukitaningsih, A. 2013. Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi dan Implikasinya. *Jurnal Maksipreneur* 3(1): 21-35.

Pringani, A. 2013. Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*. 2(4).

Rossiter, John R., Percy, Larry & Bergkvist, Lars I. 2018. *Marketing Communications: Objectives, Strategy, Tactics*. London, United Kingdom: Sage.

Ruble, Samantha. 2022. 5 Ways Social Media Influencers Affect Your life. <https://www.gofrenchyourself.com/home/5-ways-social-media-influencers-affect-your-life#:~:text=When%20an%20influencer%20endorses%20a,their%20own%20preferences%20and%20decisions>. Diakses pada 27 Mei pukul 14.17 WIB.

Sitompul, R. 2015. Perawatan Lensa Kontak untuk Mencegah Komplikasi. *eJournal Indonesia*. 3(1)

Stanton, W.J. 1994. *Fundamentals of Marketing*, 10th Ed. Tokyo: Kogakusha, McGraw-Hill Book Company.