



Penulis:
NIKEN OKTAVIA

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

PENGARUS INFLUENCER DAN RELIGIUSITAS TERHADAP BRAND SWITCHING BEHAVIOR PADA GENERASI Z DI KOTA BENGKULU



Editor :
Dr. Herlina Yustati, M.A.Ek
Badaruddin Nurhab,MM

**PENGARUH INFLUENCER DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP BRAND SWITCHING BEHAVIOR PADA
GENERASI Z DI KOTA BENGKULU**



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Penyelesaian tugas akhir

OLEH :

NIKEN OKTAVIA

NIM. 2223130018

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
BENGKULU
2026 M/1447 H**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.uinfasbengkulu.ac.id



HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul "Pengaruh Influencer dan Religiusitas Terhadap Brand Switching Behavior Pada Generasi Z di Kota Bengkulu"

yang disusun oleh:

Nama : Niken Oktavia

NIM : 2223130018

Program Studi : Ekonomi Syariah

Bentuk Tugas Akhir : Jurnal

Lokasi Kegiatan : Kota Bengkulu

Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing.

Oleh karena itu, Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, 06 Januari 2026 M

17 Rajab 1447 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Herlina Yustati, M.A. Ek

Badaruddin Nurhab, MM

NIP. 198505222019032004

NIP. 198508072015031005

Mengetahui
Kajur jurusan ekonomi Islam

Yenti Sumarni, MM

NIP. 197904162007012020

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul **"Pengaruh Influencer dan Religiusitas Terhadap Brand Switching Behavior Pada Generasi Z di Kota Bengkulu, yang disusun oleh:**

Nama : **Niken Oktavia**

Nim : **2223130018**

Prodi : **Ekonomi Syariah**

Bentuk Tugas Akhir : **JURNAL**

Telah di uji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:
Hari : **Kamis**

Tanggal : **12 Februari 2026**

Dinyatakan **LULUS** Telah di perbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Bengkulu, 19 Februari 2026 M

1 Ramadhan 1447 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Dr. Evi Stiawan, MM

Badaruddin Nurhab, S.Th I, MM

NIP. 199203202019031008

NIP. 198508072015031005

Penguji 1

Penguji 2

Dr. Evi Stiawan, MM

Nurrahmah Putry, M.Ak

NIP. 199203202019031008

NIP. 198609112020122004

Mengetahui,

Dekan

Prof. Dr. Supardi, M.Ag

NIP. 196504101993031007

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul " Pengaruh Influencer dan Religiusitas Terhadap Brand Switching Behavior Pada Generasi Z di Kota Bengkulu ", adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UINFAS Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali sebagai acuan didalam naskah saya dengan disebutkan kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar serjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 23 Februari 2026
05 Ramadan 1447

Mahasiswa Yang Menyatakan

The image shows a red official stamp of UIN FAS Bengkulu. The stamp includes the university's name in Indonesian and English, its acronym, and a logo. To the right of the stamp is a handwritten signature in black ink. Below the stamp, the text '99ANX286204586' is visible.

Niken Oktavia
NIM. 2223130018

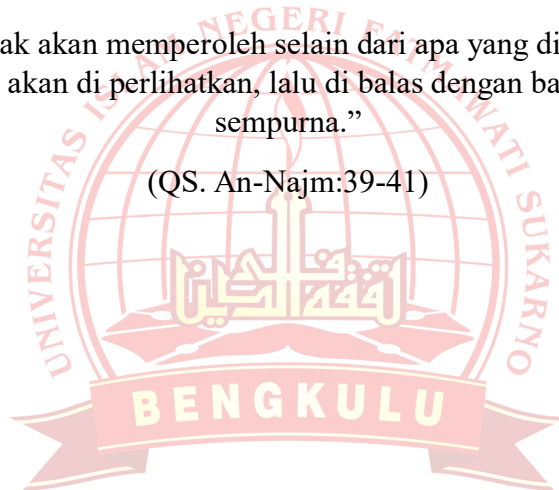
MOTTO

“Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulit nya kita, yang mereka ingin tau hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.”

(Fardi Yandi)

“Manusia tidak akan memperoleh selain dari apa yang di usahakannya. Usahamu akan di perlihatkan, lalu di balas dengan balasan yang sempurna.”

(QS. An-Najm:39-41)



PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrahim....

Dengan menyebut Nama Allah yang Maha Pengasih dan Penyayang, saya persembahkan skripsi ini dengan penuh Rahmat-Nya serta penuh rasa Syukur kepada orang-orang tersayang yang selalu ada dan mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

1. Allah SWT yang selalu memberikan pertolongan, kesehatan dan tempat penulis mengadu, sehingga diberikan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Superhero ku dan cinta pertamaku, Bapak Sumarno, Ayah tersayang penulis yang selalu mengusahakan keperluan penulis, beliau tidak merasakan bangku kuliah namun beliau selalu bekerja keras tanpa henti dan tidak lupa selalu mendidik, memberikan motivasi, serta memberikan dukungan dan kasih sayang nya hingga penulis bisa sampai dititik ini.
3. Surgaku, Ibu Eka Rahayu, yang kelak akan menjadi bidadari surga, ibu tercinta penulis, yang telah melahirkan dan membesarkan penulis dengan penuh cinta, beliau sangat berperan dalam proses menyelesaikan skripsi ini, beliau memang tidak merasakan bangku perkuliahan, namun dukungan serta doa yang selalu dipanjatkannya selalu mengiringi setiap langkah penulis dalam menggapai kesuksesan nya.

4. Untuk diriku sendiri, terima kasih telah berdamai dengan keadaan dan semua masalah yang hanya bisa diselesaikan oleh diri sendiri, terima kasih telah bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan keraguan namun tetap dijalani, serta setiap ketakutan yang berhasil dilawan dengan keberanian. Terima kasih kepada hati yang tetap ikhlas, meski tidak semua berjalan sesuai dengan harapan. Terima kasih kepada raga yang terus melangkah, meski lelah yang sering kali tak terlihat. Penulis bangga kepada diri sendiri yang telah mampu melewati berbagai fase yang sulit. Semoga ke depannya, raga ini tetap kuat, hati tetap tegar dan jiwa tetap lapang dalam menghadapi setiap permasalahan kehidupan. Mari terus bekerja sama untuk tumbuh dan berkembang menggapai kesuksesan itu.
5. Kepada Ibu Herlina Yustati, Dosen Pembimbing I penulis, terima kasih yang sebesar-besarnya atas waktu dan kesabaran yang diberikan. Terima kasih selalu mempermudah proses bimbingan.
6. Kepada Bapak Badaruddin Nurhab, Dosen Pembimbing II penulis yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terima kasih telah memberikan waktu bimbingannya, yang selalu membuka waktu konsultasi dengan lapang dan memahami setiap kesulitan yang penulis hadapi
7. Kepada dua teman seperjuangan yang Allah hadirkan di waktu terbaik. Kepada pemilik NIM 2223130015 Maslika Rahayu dan pemilik NIM 2223130023 Wahyuni Sri Rezeki, penulis

mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya. Dalam kebersamaan ini, penulis belajar bahwa bertahan tidak selalu tentang kekuatan, tetapi tentang memiliki orang yang tetap tinggal saat segalanya terasa berat. Kita pernah berjalan dengan langkah tertatih, menyimpan lelah masing-masing, namun tetap memilih saling menggenggam dan menguatkan. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini, kehadiran kalian akan selalu penulis kenang sebagai cerita indah yang menguatkan hati, hari ini dan selamanya.

8. Kepada seseorang yang tidak bisa penulis sebutkan namanya, yang memberikan semangat dan berkata akan menunggu dan menemani hingga proses kelulusan penulis hingga akhir. Terima kasih untuk patah hati yang diberikan saat proses penyusunan skripsi ini. Guru terbaik adalah pengalaman pendewasaan untuk belajar ikhlas, sabar dan menerima arti kehilangan sebagai proses penempatan menghadapi dinamika kehidupan hidup, karna hidup setiap harinya adalah pembelajaran, pada akhirnya setiap orang ada masanya, dan setiap masa ada orangnya.
9. Terakhir untuk jodohku yang belum tau dimana keberadaannya, kamu adalah salah satu alasan penulis menyelesaikan skripsi ini, meskipun saat ini penulis tidak mengetahui keberadaanmu yang entah di bumi bagian mana dan sedang menggenggam tangan siapa. Seperti kata Bj Habibie “Kalau memang dia dilahirkan untuk saya, kamu jungkir balik pun saya yang dapat”

Abstrak

Perkembangan media sosial telah mendorong meningkatnya peran influencer dalam membentuk perilaku konsumsi Generasi Z, khususnya pada produk kosmetik yang memiliki tingkat persaingan tinggi. Di sisi lain, religiusitas menjadi faktor nilai yang berpotensi memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan perpindahan merek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh influencer dan religiusitas terhadap brand switching behavior pada Generasi Z di Kota Bengkulu, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Data dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 100 responden Generasi Z dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 18. Hasil penelitian menunjukkan bahwa influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand switching behavior. Religiusitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku perpindahan merek. Secara simultan, influencer dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap brand switching behavior dengan nilai Adjusted R Square sebesar 42,3%. Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku perpindahan merek pada Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh faktor sosial digital, tetapi juga oleh pertimbangan nilai religius seperti kehalalan dan etika konsumsi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam perumusan strategi pemasaran yang selaras dengan karakteristik dan nilai Generasi Z.

Kata kunci: *Influencer, Religiusitas, Perilaku Perpindahan Merek, Generasi Z*

Abstract

The development of social media has increased the role of influencers in shaping Generation Z's consumption behavior, particularly in the highly competitive cosmetics industry. On the other hand, religiosity represents a value-based factor that potentially influences consumers' decisions to engage in brand switching. This study aims to analyze the effects of influencers and religiosity on brand switching behavior among Generation Z in Bengkulu City, both partially and simultaneously. The study adopts a quantitative approach with a causal associative research design. Data were collected through questionnaires distributed to 100 Generation Z respondents and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 18. The results indicate that influencers have a positive and significant effect on brand switching behavior. Religiosity also has a positive and significant effect on brand switching behavior. Simultaneously, influencers and religiosity significantly influence brand switching behavior, with an Adjusted R Square value of 42.3%. These findings suggest that brand switching behavior among Generation Z is influenced not only by digital social factors but also by religious value considerations such as halal awareness and ethical consumption. The results of this study are expected to serve as a reference for formulating marketing strategies that align with the characteristics and values of Generation Z.

Keywords: *Influencer, Religiosity, Brand Switching Behavior, Generation Z*

DAFTAR ISI

COVER.....	
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Penelitian Terdahulu.....	11
G. Sistematika Penelitian	18
 BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BEPIKIR	20
A. Brand Switching Behavior	20

B. Influencer	24
C. Religiusitas	27
D. Kerangka Berpikir	33
E. Hipotesis Penelitian.....	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... 37

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	37
B. Waktu Dan Tempat Penelitian.....	39
C. Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel	39
D. Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data	41
E. Variabel Dan Definisi Operasional.....	43
F. Teknik Analisis Pengolahan Data	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 50

A. Gambaran Umum Responden	50
B. Analisis Pengolahan Data	56
C. Uji Asumsi Klasik	60
D. Analisis Regresi Berganda.....	64
E. Uji Hipotesis	65
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
G. Ringkasan Hasil Penelitian.....	75

BAB IV PENUTUP 77

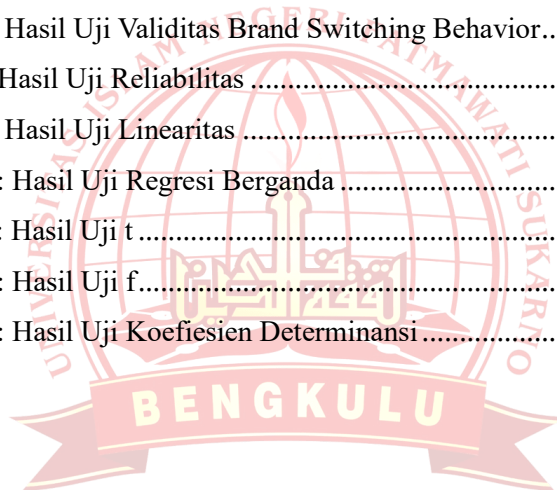
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	88



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 : Jenis kelamin Responden	51
Tabel 4.2 : Usia Responden.....	52
Tabel 4.3 : Pekerjaan Responden	53
Tabel 4.4 : Domisili Responden	55
Tabel 4.5 : Hasil Uji Validitas Influencer	57
Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas Religiusitas.....	57
Tabel 4.7 : Hasil Uji Validitas Brand Switching Behavior.....	58
Tabel 4.8 : Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.9 : Hasil Uji Linearitas	62
Tabel 4.10 : Hasil Uji Regresi Berganda	64
Tabel 4.11 : Hasil Uji t.....	66
Tabel 4.12 : Hasil Uji f.....	67
Tabel 4.13 : Hasil Uji Koefisien Determinansi	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 : Jenis kelamin Responden.....	51
Gambar 4.2 : Usia Responden.....	52
Gambar 4.3 : Pekerjaan Responden.....	54
Gambar 4.4 : Domisili Responden	55
Gambar 4.5 : Uji Normalitas Kolmogov-Smirnov	61
Gambar 4.6 : Uji Normal P-Plot.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Alasan Pemilihan Populasi dan Sampel	89
Lampiran 2 : Form Validasi Judul Tugas Akhir	91
Lampiran 3 : SK Pembimbing	93
Lampiran 4 : Kuesioner Penelitian	94
Lampiran 5 : Surat IZin Penelitian	101
Lampiran 6 : Lembar Bimbingan	102
Lampiran 7 : Lembar Persetujuan Pembimbing	107
Lampiran 8 : Lembar Plagiasi	108
Lampiran 9 : LOA	109
Lampiran 10 : Jurnal Terbit	110
Lampiran 11 : Lembar Lulus Komprehensif	111
Lampiran 12 : Hasil Kuesioner Penelitian	112
Lampiran 13 : Hasil Output SPSS	116
Lampiran 14 : Lampiran Responden	124
Lampiran 15 : Dokumentasi	138