

**PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TIMOTHYRONALD TERHADAP
KEPUTUSAN FINANSIAL FOLLOWERS**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu
Politik Universitas Andalas

Oleh:

Daffa Bintang Arrafi

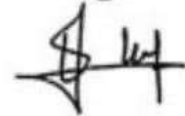
2110863006

Pembimbing :

Dr. Sarmati, S.Sos, M.Si

Novi Elian, S.P, M.Si

Acc sidang skripsi



26/1/2026.



Acc Pembimbing II
sidang skripsi 30/1-26
Novi Elian

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2026

***SOCIAL INFLUENCE* TIMOTHY RONALD SEBAGAI INFLUENCER
FINANSIAL TERHADAP KEPUTUSAN FINANSIAL FOLLOWERS**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu
Politik Universitas Andalas



2026

ABSTRAK

***Social Influence* Timothy Ronald sebagai Influencer Finansial terhadap Keputusan Finansial Followers.**

Oleh:

Daffa Bintang Arrafi
2110863006

Pembimbing:

Dr. Sarmiati, S.Sos, M.Si
Novi Elian, S.P, M.Si

Tingkat literasi keuangan generasi muda Indonesia masih perlu ditingkatkan meskipun akses edukasi finansial melalui media sosial semakin luas. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Social Influence* Timothy Ronald terhadap keputusan finansial followers. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei kepada 100 responden followers Timothy Ronald yang dipilih melalui purposive sampling. Variabel penelitian terdiri dari *Social Influence* (X) dengan subvariabel *Compliance*, *Identification*, dan *Internalization*, serta keputusan finansial (Y) dengan subvariabel keputusan pendanaan, investasi, manajemen risiko, dan konsumsi. Analisis data menggunakan regresi linear sederhana dengan SPSS 27.0. Hasil penelitian menunjukkan tingkat *Social Influence* Timothy Ronald berada pada kategori tinggi (80.13%), dengan *Internalization* memperoleh skor tertinggi (80.88%). Keputusan finansial followers berada pada kategori sangat tinggi (86.54%), dengan keputusan pendanaan tertinggi (88.44%). Analisis regresi menghasilkan persamaan $Y = 21.263 + 0.612X$ dengan $R^2 = 37,9\%$, menunjukkan terpaan *Social Influence* mampu menjelaskan 37,9% variasi keputusan finansial. Uji F ($59.697 > 3.94$) dan uji t ($7.762 > 1.984$) dengan signifikansi $<.001 < 0.05$ membuktikan pengaruh signifikan sesuai *Social Influence* Theory.

Kata Kunci: Terpaan *Social Influence*, Keputusan Finansial, Timothy Ronald, *Social Influence* Theory

ABSTRACT

The Influence of Timothy Ronald as a Financial Influencer on Followers' Financial Decisions.

By:

Daffa Bintang Arrafi
2110863006

Supervisors:

Dr. Sarmiati, S.Sos, M.Si
Novi Elian, S.P, M.Si

The financial literacy level of Indonesian youth still needs improvement despite increasing access to financial education through social media. This study aims to analyze the influence of Timothy Ronald's social media content exposure on followers' financial decisions. This research employs an explanatory quantitative approach with a survey method involving 100 Timothy Ronald's followers selected through purposive sampling. Research variables consist of social media content exposure (X) with sub-variables of Compliance, Identification, and Internalization, and financial decisions (Y) with sub-variables of funding decisions, investment, risk management, and consumption. Data analysis uses simple linear regression with SPSS 27.0. Results show that Timothy Ronald's social media content exposure is at a high category (80.13%), with Internalization achieving the highest score (80.88%). Followers' financial decisions are at a very high category (86.54%), with funding decisions highest (88.44%). Regression analysis produces the equation $Y = 21.263 + 0.612X$ with $R^2 = 37,9\%$, indicating content exposure explains 37,9% of financial decision variations. F-test ($59.697 > 3.94$) and t-test ($7.762 > 1.984$) with significance $<.001 < 0.05$ prove significant influence according to Social Influence Theory.

Keywords: *Social Media Exposure, Financial Decisions, Timothy Ronald, Social Influence Theor*