

**PENGARUH *SELEBGRAM* ENDORSEMENT  
DAN HARGA MELALUI *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE GLAD TO  
GLOW* DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi S1 Manajemen**



**Disusun Oleh :  
Irene Margareta Hermawan  
20022000228**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

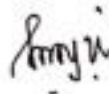
### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Irene Margareta Hermawan  
Nomor Pokok 20022000228  
Universitas Universitas Merdeka Malang  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi Manajemen  
Judul Skripsi

PENGARUH SELEBGRAM ENDORSEMENT DAN HARGA MELALUI BRAND  
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE GLAD TO GLOW DI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Malang, 23 Februari 2024

Ketua Program Studi



Irany Widhyastiti, SE., MM.

Dosen Pembimbing



Dr. H. Pudjo Sugito, MBA

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Fajar Supanto, SE., M.Si

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

### HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH SELEBRAM ENDORSEMENT DAN HARGA MELALUI *BRAND*  
*IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE *GLAD TO GLOW*  
DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*

Dipersiapkan dan disusun oleh :

IRENE MARGARETA HERMAWAN  
20022000228

Telah dipertahankan di depan Dewan penguji

Pada tanggal 13 Februari 2024

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



Dr. H. Pudjo Sugito, MBA

Sekretaris Penguji



Dr. Syarif Hidayatullah, SE., MM

Anggota Penguji



Dra. Diah Widiawati, MM

Skrripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 13 Februari 2024



Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Merdeka Malang

Prof. Dr. Fajar Supanto, M Si

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### PERNYATAAN SURAT KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Irene Margareta Hermawan

NIM : 20022000228

Program Studi : S1 Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh *Selebgram Endorsement* Dan Harga Melalui *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Glad To Glow* Di Media Sosial Instagram

Lokasi yang Diteliti : Universitas Merdeka Malang

Alamat Rumah Asli : Desa Purworejo RT 001/RW 002 Dusun Sumberurip Kec. Wates Kab. Blitar

No. Telp : 085607008051

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan bukan melakukan plagiat, Jika saya melakukan plagiat, maka saya bersedia dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 23 Februari 2024

Peneliti



Irene Margareta Hermawan

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Irene Margareta Hermawan  
Nomor Pokok : 20022000228  
Universitas : Universitas Merdeka Malang  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Tempat, Tanggal Lahir : Blitar, 10 Maret 2002  
Alamat : Ds. Purworejo Dsn. Sumberurip RT 001 /  
RW 002 Kec. Wates Kab. Blitar  
Nama Orang Tua :  
Ayah : Wawan Widana  
Ibu : Herni Rutiningsih  
Riwayat Pendidikan : TK Dharma Wanita Purworejo  
SDN Purworejo 01  
SMP Negeri 1 Wates  
SMKN 3 Kota Blitar  
Universitas Merdeka Malang

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepa Tuhan YME, atas seluruh curahan Rahmat dan hidayatNya menjadikan penulis mampu menuntaskan skripsi dengan judul “PENGARUH *SELEBGRAM ENDORSEMENT* DAN HARGA MELALUI *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE GLAD TO GLOW* DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM” dengan tepat pada periodenya. Skripsi ini ditulis dalam rangka mencukupi persyaratan guna menggapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, penulis mendapatkan dukungan yang berharga dari berbagai pihak, baik dalam bentuk bimbingan, arahan, maupun saran yang diberikan secara langsung atau tidak langsung. Maka, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang tulus pada semua yang telah membantu dalam proses penulisan ini, antara lain:

1. Prof. Dr. Fajar Supanto, M.Si sebagai Dekan FEB Universitas Merdeka Malang.
2. Irary Windhyastiti, SE., MM sebagai Ketua Prodi Manajemen FEB Universitas Merdeka Malang.
3. Dr. Pudjo Sugito, MBA selaku Dosen Pembimbing telah dengan baik hati meluangkan banyak waktu, meskipun sibuk, untuk memberikan masukan pada penulis selama proses penulisan skripsi ini.
4. Semua Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh karyawan FEB Universitas Merdeka Malang.
5. Kedua orang tua penulis dan juga nenek penulis, ibu Herni Rutiningsih, ayah Wawan Widana dan nenek saya tercinta Mistun.

Untuk ketiganya yang telah memberikan doa tanpa henti dan kasih sayang dalam mendukung serta membimbing penulis, skripsi ini disajikan. Terima kasih atas segala dukungan dan cinta yang telah diberikan dalam perjalanan penulis. Kesuksesan dan kebaikan yang akan penulis dapatkan di masa depan adalah berkat dan untuk kalian.

6. Sahabat sekaligus saudara tercinta penulis, member D3 Teh Poci (Aprilia Anastasya yang selalu ada dari penulis masuk awal kuliah sampai akhirnya mau luluspun bareng, Monica Angelia sobat lawak Kediri pride yang selalu menemani saat kesepian di kos, Rodiya Ulinuha yang paling kalem suaranya dan paling perhatian, Olivia Audia Novisca yang paling ambis dalam menyelesaikan skripsi dan paling cerewet, Ni Made Santika Putri nokku dari Bali yang baik hatinya, Amelinda Putri Kinanti yang paling indah senyumnya, Hanin Nazihah yang paling impulsif namun baik hatinya, Wiranadya Meysa Lintang sobat wonosobo yang baik hatinya, dan Adelia Sukma yang bucin dan baik hatinya. Terimakasih untuk warna-warna yang sudah kalian berikan di akhir semester ini, kalian adalah motivator sekaligus inspirator terbaik penulis. Senang bisa kenal kalian, semoga cita-cita kalian terwujud dan sukses bareng yaa, Aminn
7. Katarina Christania Putri sahabat saya dari semester satu sampai sekarang, teman diorganisasi selama tiga periode, penasehat ulung nomer satu. Terimakasih dan sukses selalu
8. Vidya Ade teman KKN, terimakasih sudah mengajari saya cara mengolah data menggunakan SmartPLS. Dan juga terimakasih untuk

teman-teman KKN saya yang masih saling memperhatikan satu sama lain, semoga kalian sukses semua.

9. Semsatrio Bagaskara Priya Wicaksana *my beloved enemy*.  
Terimakasih sudah menjadi *support system* selama ini, terimakasih juga sudah mampu bertahan dan menghadapi *moodswing* penulis. Akhirnya penulis bisa lulus ditemenin sama ayang hahaha.. Kamu semangat terus kuliahnya ya dan sukses selalu.
10. Untuk teman – teman DPMF-EB terimakasih yang selalu memberi support dan semangat, terimakasih untuk pengalaman berorganisasi selama 3 periode ini dan terimakasih sekali lagi untuk anak-anak DPMF-EB seperjuangan penulis sudah mampu berjuang bertahan sampai akhir periode.
11. Sahabat penulis di SMP yang bertahan sampai sekarang (Hanum Mitasari, Kurniawati Wibowo, Kinanthi Jaya Wardani, dan Johan Fajar)
12. Semua elemen yang pada proses kajian ini, namun tidak dapat dijabarkan satu-persatu, yang telah membantu penulis hingga terselesaikan skripsi ini.
13. Dan yang terakhir untuk diri sendiri, terimakasih untuk Irene Margareta Hermawan. Terima kasih banyak sudah mempertanggungjawabkan diri dalam menyelesaikan apa yang telah dimulai. Apresiasi juga diberikan karena tetap gigih dan tidak menyerah, serta selalu menikmati setiap tahap yang mungkin terasa sulit. Terima kasih atas keteguhan hati yang telah ditunjukkan.

Sebagai individu yang manusiawi, penulis menyadari bahwasanya penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan dalam pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki. Maka, atas segala kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis dengan tulus meminta maaf dan siap menerima masukan yang membangun.

Terakhir, keinginan dari Penulis, diharapkan Skripsi ini bisa punya nilai guna bagi siapa-pun yang membacanya.

Malang, 3 Februari 2024

Penyusun,

**Irene Margareta Hermawan**

## DAFTAR ISI

|                                                        |      |
|--------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                                    | i    |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....                       | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....                       | iii  |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....                | iv   |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....                             | v    |
| KATA PENGANTAR .....                                   | vi   |
| DAFTAR ISI .....                                       | x    |
| DAFTAR TABEL .....                                     | xii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                    | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                  | xiv  |
| ABSTRAK .....                                          | xv   |
| ABSTRACT .....                                         | xvi  |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                 | 1    |
| A. Latar Belakang Penelitian .....                     | 1    |
| B. Perumusan Masalah .....                             | 3    |
| C. Tujuan Penelitian .....                             | 4    |
| D. Kegunaan Penelitian .....                           | 5    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                           | 7    |
| A. Landasan Teori .....                                | 7    |
| B. Hasil Penelitian Terdahulu .....                    | 24   |
| C. Pengembangan Hipotesis .....                        | 30   |
| D. Kerangka Pikir .....                                | 34   |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                         | 34   |
| A. Definsi Operasional Variabel .....                  | 34   |
| B. Lingkup Penelitian .....                            | 38   |
| C. Lokasi Penelitian .....                             | 38   |
| D. Populasi .....                                      | 39   |
| E. Sampel.....                                         | 39   |
| F. Teknik Penarikan Sampel .....                       | 40   |
| G. Jenis Data dan Sumber Data .....                    | 40   |
| H. Teknik Pengumpulan Data .....                       | 41   |
| I. Teknik Analisis Data.....                           | 42   |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN..... | 49   |
| A. Hasil Penelitian .....                              | 49   |
| B. Pembahasan Hasil Penelitian.....                    | 81   |

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....  | 87 |
| A. Kesimpulan .....              | 87 |
| B. Saran .....                   | 88 |
| C. Keterbatasan Penelitian ..... | 88 |
| DAFTAR PUSTAKA.....              | 85 |
| LAMPIRAN .....                   | 93 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1 Hasil Penelitian Terdahulu .....                                          | 24 |
| Tabel 2 Jumlah Responden Berdasar atas Jenis Kelamin .....                        | 53 |
| Tabel 3 Jumlah Responden Berdasar atas Usia .....                                 | 53 |
| Tabel 4 Jumlah Responden Berdasar atas Uang Saku.....                             | 54 |
| Tabel 5 Deskripsi Variabel <i>Selebgram Endorsement</i> .....                     | 55 |
| Tabel 6 Deskripsi Variabel Harga.....                                             | 61 |
| Tabel 7 Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i> .....                               | 64 |
| Tabel 8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....                               | 67 |
| Tabel 9 Average Variance Extracted (AVE) .....                                    | 73 |
| Tabel 10 Nilai <i>Cross Loading</i> .....                                         | 74 |
| Tabel 11 Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite reliability</i> ..... | 75 |
| Tabel 12 R-Square .....                                                           | 76 |
| Tabel 13 Path Coefficient.....                                                    | 78 |
| Tabel 14 Hasil Uji Hipotesis .....                                                | 79 |
| Tabel 15 <i>Specific Indirect Effects</i> .....                                   | 81 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. Model Perilaku Konsumen .....                       | 19 |
| Gambar 2 Proses Keputusan Pembelian .....                     | 20 |
| Gambar 3 Kerangka Konseptual.....                             | 34 |
| Gambar 4 Logo Glad To Glow .....                              | 49 |
| Gambar 5 Rangkaian Produk <i>Skincare Glad To Glow</i> .....  | 51 |
| Gambar 6 Review dari Selebgram Endorsement .....              | 52 |
| Gambar 7 Tampilan Output Model Pengukuran Uji Validitas ..... | 72 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                          |     |
|----------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....                    | 93  |
| Lampiran 2 Data Tabulasi Responden .....                 | 99  |
| Lampiran 3 Data Deskripsi Responden.....                 | 110 |
| Lampiran 4 Hasil SmartPLS Deskripsi Variabel .....       | 111 |
| Lampiran 5 Hasil SmartPLS Uji Instrumen Penelitian.....  | 113 |
| Lampiran 6 Berita Acara Bimbingan Skripsi .....          | 117 |
| Lampiran 7 Berita Acara Perbaikan / Revisi Skripsi ..... | 118 |
| Lampiran 8 Surat Keterangan Pemeriksaan Kemiripan.....   | 119 |
| Lampiran 9 Hasil Cek Similarity Turnitin.....            | 120 |

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan guna menganalisa Pengaruh *Selebgram Endorsement* dan Harga melalui *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Glad To Glow* di Media Sosial Instagram. Metode yang dipakai ialah kuantitatif dengan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisisioner pada pengguna *skincare Glad To Glow* di Kota Malang. Jenis datanya data primer yang di peroleh dari responden yang mencapai 96 responden dengan mengumpulkan informasi responden selama 10 hari. Analisis jalur inner model digunakan untuk mengevaluasi hubungan antarvariabel. Hasil penelitian mencerminkan bahwasanya *Selebgram Endorsement* dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan *Brand Image* dengan nilai koefisien jalur 0,306 dan 0,574, dengan p-values 0,002 dan 0,000). *Brand Image* juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan koefisien jalur 0,703, p-value 0,000). Penelitian ini mendukung temuan lapangan yang mencerminkan bahwasanya *brand image* memainkan peran kunci dalam memediasi *Selebgram Endorsement* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata kunci:** Selebgram Endorsement, Harga, Brand Image, Keputusan Pembelian, Skincare.

## ABSTRACT

*This research aims to analyze the influence of celebrity endorsements and price through brand image on purchasing decisions for Glad To Glow skincare on Instagram social media. The method used is quantitative with data obtained from the results of distributing questionnaires to Glad To Glow skincare users in Malang City. The type of data is primary data obtained from 96 respondents by collecting respondent information for 10 days. Inner model path analysis was used to evaluate the relationship between variables. The research results show that Celebrity Endorsement and Price have a significant influence on the formation of Brand Image with path coefficient values of 0.306 and 0.574, with p-values of 0.002 and 0.000). Brand Image is also proven to have a significant influence on Purchasing Decisions with a path coefficient of 0.703, p-value 0.000). This research supports field findings which show that brand image plays a key role in mediating celebrity endorsement and price on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Selebgram Endorsement, Price, Brand Image, Purchase Decision, Skincare.*