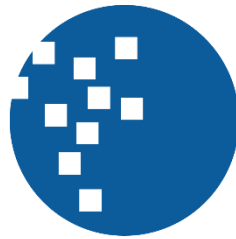


**PENGARUH *ENDORSEMENT* TASYA FARASYA DALAM
LOGO 'TASYA FARASYA APPROVED' DI INSTAGRAM
TERHADAP MINAT BELI SOMETHINC CALM DOWN!
SKINPAIR R-COVER CREAM MOISTURIZER**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi

Stephanie Elza Gunawan

00000042677

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

**PENGARUH *ENDORSEMENT* TASYA FARASYA DALAM
LOGO ‘TASYA FARASYA APPROVED’ DI INSTAGRAM
TERHADAP MINAT BELI SOMETHINC CALM DOWN!
SKINPAIR R-COVER CREAM MOISTURIZER**



Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Stephanie Elza Gunawan

00000042677

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Stephanie Elza Gunawan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042677

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

PENGARUH *ENDORSEMENT* TASYA FARASYA DALAM LOGO 'TASYA FARASYA APPROVED' DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI SOMETHINC CALM DOWN! SKINPAIR R-COVER CREAM MOISTURIZER

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Stephanie Elza Gunawan)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH *ENDORSEMENT* TASYA FARASYA DALAM
LOGO ‘TASYA FARASYA APPROVED’ DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI SOMETHINC CALM
DOWN! SKINPAIR R-COVER CREAM MOISTURIZER**

Oleh

Nama : Stephanie Elza Gunawan
NIM : 00000042677
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 31 Mei 2024

Pembimbing



Theresia L. V. Lolita, M.Ikom
NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugerah Bangun, S.Sos., M.Si
NIDN 0304078404

iii

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH *ENDORSEMENT* TASYA FARASYA DALAM
LOGO ‘TASYA FARASYA APPROVED’ DI INSTAGRAM
TERHADAP MINAT BELI SOMETHINC CALM DOWN!
SKINPAIR R-COVER CREAM MOISTURIZER**

Oleh

Nama : Stephanie Elza Gunawan
NIM : 00000042677
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 11 Juni 2024
Pukul 09.00 s.d 10.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Helga Liliani C. D., S.I.Kom., M.Comm
NIDN 0317089201


Eko Hadi Saputro, S.E., M.M.
NIDN 0303056102

Pembimbing

Theresia L. V. Lolita, M.I.Kom
NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugerah Bangun, S.Sos., M.Si
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini:


Nama : Stephanie Elza Gunawan
NIM : 00000042677
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah :

**PENGARUH *ENDORSEMENT* TASYA FARASYA DALAM
LOGO ‘TASYA FARASYA APPROVED’ DI INSTAGRAM
TERHADAP MINAT BELI SOMETHINC CALM DOWN!
SKINPAIR R-COVER CREAM MOISTURIZER**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia (**pilih salah satu**):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial. Saya tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: Dalam proses pengajuan penerbitan ke dalam jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)*.

Tangerang, 31 Mei 2024


(Stephanie Elza Gunawan)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena berkat rahmat dan kebaikan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Endorsement* Tasya Farasya dalam Logo ‘Tasya Farasya Approved’ di Instagram Terhadap Minat Beli SOMETHINC Calm Down! Skinpair R-Cover Cream Moisturizer”** dengan tepat waktu. Skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi. Selama proses perancangan skripsi ini, saya mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Theresia L. V. Lolita, M.Ikom selaku Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Helga Liliani C. D., S.I.Kom., M.Comm dan Bapak Eko Hadi Saputro, S.E., M.M selaku Ketua Sidang dan Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan saran selama sidang agar penelitian ini dapat menjadi lebih baik lagi.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kekasih saya, Denilson Limbong yang selalu menemani, memberikan bantuan, serta membangkitkan semangat saya ketika sedang merasa lelah selama pembuatan laporan skripsi ini.

8. Teman-teman seperjuangan SC20 UMN yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang telah mendukung saya dan memberikan motivasi selama pembuatan laporan skripsi ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat berguna dan dimanfaatkan dengan baik oleh peneliti selanjutnya dalam mengembangkan riset serta pembahasan di lingkup ilmu komunikasi, terutama yang berkaitan dengan topik yang diangkat dalam penelitian ini.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Stephanie Elza Gunawan)

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH *ENDORSEMENT* TASYA FARASYA DALAM LOGO ‘TASYA FARASYA APPROVED’ DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI SOMETHINC CALM DOWN! SKINPAIR R-COVER CREAM MOISTURIZER

Stephanie Elza Gunawan

ABSTRAK

Tasya Farasya semakin terkenal sebagai *beauty influencer* di media sosial Instagram karena membuat sebuah logo yang bernama ‘Tasya Farasya Approved’. Logo ini diartikan masyarakat Indonesia sebagai tolak ukur tinggi rendahnya kualitas suatu produk kecantikan ataupun perawatan kulit. Seperti ketika Tasya Farasya mempromosikan produk SOMETHINC Calm Down! Skinpair R-Cover Cream Moisturizer di akun Instagram miliknya, masyarakat menganggap produk tersebut merupakan produk yang berkualitas karena telah mendapat logo ‘Tasya Farasya Approved’. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh antara *endorsement* Tasya Farasya dalam logo ‘Tasya Farasya Approved’ di Instagram terhadap minat beli SOMETHINC Calm Down! Skinpair R-Cover Cream Moisturizer. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei berupa kuesioner yang disebarakan kepada 301 responden yang mengikuti akun Instagram Tasya Farasya dan mengetahui logo ‘Tasya Farasya Approved’. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan *endorsement* Tasya Farasya dalam logo ‘Tasya Farasya Approved’ memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat beli SOMETHINC Calm Down! Skinpair R-Cover Cream Moisturizer dengan nilai signifikansi sebesar 83,3%. Dapat ditarik kesimpulan bahwa *endorsement* Tasya Farasya dalam logo ‘Tasya Farasya Approved’ di media sosial Instagram memengaruhi secara positif minat beli SOMETHINC Calm Down! Skinpair R-Cover Cream Moisturizer.

Kata kunci: *Endorsement*, Minat Beli, Tasya Farasya Approved

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

THE EFFECT OF TASYA FARASYA'S ENDORSEMENT THROUGH THE 'TASYA FARASYA APPROVED' LOGO ON INSTAGRAM ON PURCHASE INTENTION IN SOMETHINC CALM DOWN! SKINPAIR R-COVER CREAM MOISTURIZER

Stephanie Elza Gunawan

ABSTRACT (English)

Tasya Farasya has gained increased fame as a beauty influencer on social media platform Instagram by creating a logo called 'Tasya Farasya Approved'. This logo is interpreted by the Indonesian public as a measure of the quality of beauty or skincare products. For instance, when Tasya Farasya promoted SOMETHINC Calm Down! Skinpair R-Cover Cream Moisturizer on her Instagram account, people perceived the product as high-quality because it received the 'Tasya Farasya Approved' logo. This study aims to examine whether there is an influence between Tasya Farasya's endorsement through the 'Tasya Farasya Approved' logo on Instagram and the purchase intention of SOMETHINC Calm Down! Skinpair R-Cover Cream Moisturizer. The research employs a quantitative explanatory approach with a survey method, using a questionnaire distributed to 301 respondents who follow Tasya Farasya's Instagram account and recognize the 'Tasya Farasya Approved' logo. The results of the study indicate that Tasya Farasya's endorsement through the 'Tasya Farasya Approved' logo has a significant impact on the purchase intention of SOMETHINC Calm Down! Skinpair R-Cover Cream Moisturizer, with a significance value of 83.3%. It can be concluded that Tasya Farasya's endorsement through the 'Tasya Farasya Approved' logo on Instagram positively influences the purchase intention of SOMETHINC Calm Down! Skinpair R-Cover Cream Moisturizer.

Keywords: *Endorsement, Purchase Intention, Tasya Farasya Approved*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian	12
1.5.1 Kegunaan Akademis	12
1.5.2 Kegunaan Praktis	12
BAB II KERANGKA TEORI	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Teori Hierarki Efek	17
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	18
2.2.3 Endorsement	19
2.2.3 Minat Beli	21
2.2.4 Instagram	23
2.3 Hubungan Antara Endorsement dengan Minat Beli	25
2.4 Kerangka Penelitian	27
2.5 Hipotesis Teoritis	27
BAB III METODOLOGI	28

3.1	Jenis dan Sifat Penelitian	28
3.2	Metode Penelitian	28
3.3	Populasi dan Sampel	29
3.3.1	Populasi.....	29
3.3.2	Sampel.....	29
3.4	Operasionalisasi Variabel	30
3.4.1	Variabel X: <i>Endorsement</i>	30
3.4.2	Variabel Y: Minat Beli	33
3.5	Teknik Pengumpulan Data	36
3.5.1	Data Primer	36
3.5.2	Data Sekunder.....	37
3.6	Teknik Pengukuran Data	37
3.6.1	Uji Validitas.....	37
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	39
3.7	Teknik Analisis Data	40
3.7.1	Uji Normalitas.....	40
3.7.2	Uji Heterokedastisitas	40
3.7.3	Uji Korelasi	41
3.7.4	Uji Regresi.....	42
3.7.4.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
3.7.4.2	Uji Wilcoxon.....	43
3.7.5	Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Subjek & Objek Penelitian	45
4.1.1	Subjek Penelitian	45
4.1.2	Objek Penelitian	45
4.2	Hasil Penelitian	46
4.2.1	Karakteristik Responden.....	46
4.2.2	Variabel <i>Endorsement</i>	48
4.2.3	Variabel Minat Beli	54
4.2.4	Uji Normalitas.....	59
4.2.4.1	Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	59
4.2.4.2	Transformasi Data Menggunakan Transformasi Box-Cox	

4.2.4.3	Uji Normalitas Setelah Transformasi Box-Cox	60
4.2.4.4	Uji Heterokedastisitas	61
4.2.4.5	Uji Korelasi	61
4.2.4.6	Uji Regresi Linier Sederhana	62
4.2.4.7	Uji Hipotesis	64
4.3	Pembahasan	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		79
5.1	Simpulan	79
5.2	Saran	80
5.2.1	Saran Akademis	80
5.2.2	Saran Praktis	80
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN		84

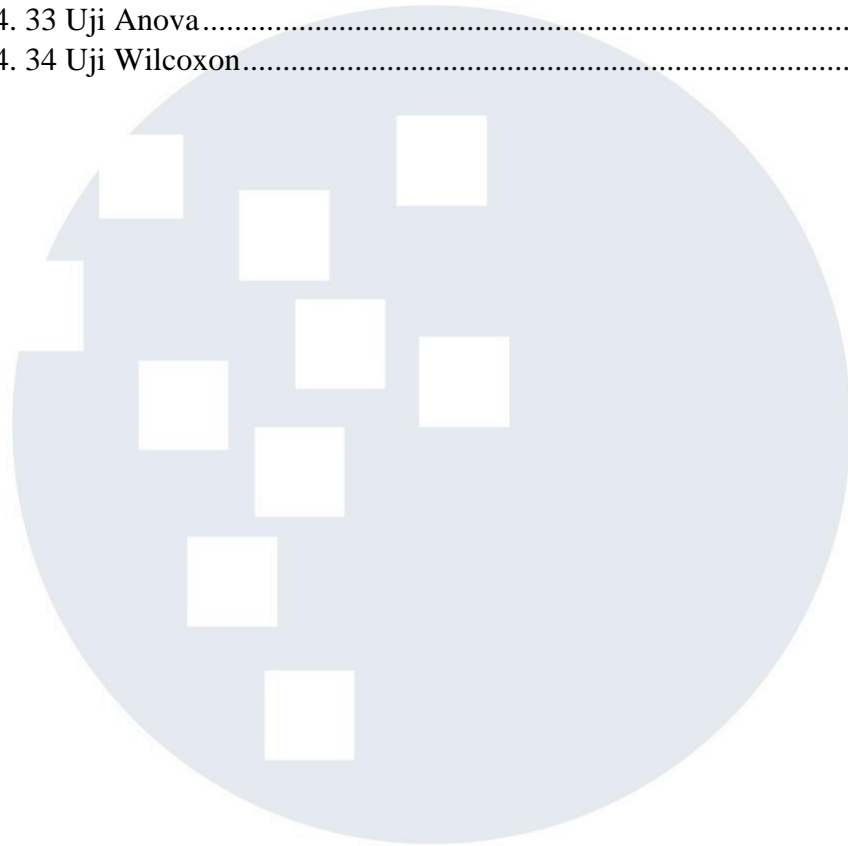
UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Beauty Influencer dengan Jumlah Audiens terbanyak di Indonesia.....	4
Tabel 1.2 Daftar Produk yang Sudah Mendapatkan Logo ‘Tasya Farasya Approved’	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Endorsement (X).....	30
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Minat Beli (Y).....	33
Tabel 3. 3 Penilaian Skala Likert	37
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel X	38
Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel Y	38
Tabel 3. 6 Nilai Koefisien Relasi	41
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	47
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	47
Tabel 4. 4 Kisaran Penghasilan Responden	48
Tabel 4. 5 Hasil jawaban responden pernyataan X1	48
Tabel 4. 6 Hasil jawaban responden pernyataan X2.....	49
Tabel 4. 7 Hasil jawaban responden pernyataan X3.....	49
Tabel 4. 8 Hasil jawaban responden pernyataan X4.....	49
Tabel 4. 9 Hasil jawaban responden pernyataan X5.....	50
Tabel 4. 10 Hasil jawaban responden pernyataan X6.....	50
Tabel 4. 11 Hasil jawaban responden pernyataan X7.....	51
Tabel 4. 12 Hasil jawaban responden pernyataan X8.....	51
Tabel 4. 13 Hasil jawaban responden pernyataan X9.....	52
Tabel 4. 14 Hasil jawaban responden pernyataan X10.....	52
Tabel 4. 15 Hasil jawaban responden pernyataan X11	53
Tabel 4. 16 Hasil jawaban responden pernyataan X12.....	53
Tabel 4. 17 Hasil jawaban responden pernyataan Y1	54
Tabel 4. 18 Hasil jawaban responden pernyataan Y2.....	54
Tabel 4. 19 Hasil jawaban responden pernyataan Y3.....	55
Tabel 4. 20 Hasil jawaban responden pernyataan Y4.....	55
Tabel 4. 21 Hasil jawaban responden pernyataan Y5.....	56
Tabel 4. 22 Hasil jawaban responden pernyataan Y6.....	56
Tabel 4. 23 Hasil jawaban responden pernyataan Y7	57
Tabel 4. 24 Hasil jawaban responden pernyataan Y8.....	57
Tabel 4. 25 Hasil jawaban responden pernyataan Y9	58
Tabel 4. 26 Hasil jawaban responden pernyataan Y10.....	58
Tabel 4. 27 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	59
Tabel 4. 28 Uji Normalitas Setelah Transformasi Data.....	60
Tabel 4. 29 Uji Heteroskedastisitas.....	61
Tabel 4. 30 Uji Korelasi.....	61
Tabel 4. 31 Uji Koefisien	62

Tabel 4. 32 Uji Koefisien Determinasi	63
Tabel 4. 33 Uji Anova.....	63
Tabel 4. 34 Uji Wilcoxon.....	63



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tasya Farasya.....	3
Gambar 1.2 Akun Instagram Tasya Farasya.....	3
Gambar 1.3 Logo ‘Tasya Farasya Approved’.....	5
Gambar 1. 4 Tangkapan Layar Logo ‘Tasya Farasya Approved’ diluncurkan di Instagram.....	6
Gambar 1.5 Konten Video di akun Tiktok Resmi SOMETHINC.....	8
Gambar 1.6 Gambar Katalog E-Commerce SOMETHINC dan Wardah.....	9
Gambar 1.7 Tangkapan layer video Youtube Tasya Farasya pada tahun 2023.....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3. 1 Ukuran Sampel yang ditentukan Malhotra dalam Studi Marketing.....	30
Gambar 3. 2 Uji Reliabilitas Variabel X.....	39
Gambar 3. 3 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	39
Gambar 4. 1 Konten Influencer yang menggunakan logo ‘Tasya Farasya Approved’.....	67
Gambar 4. 2 Brand yang menggunakan logo ‘Tasya Farasya Approved’ di postingan Instagram.....	68
Gambar 4. 3 Instagram Story Tasya Farasya awal tahun 2023.....	71
Gambar 4. 4 Instagram Story Tasya Farasya di bulan Mei dan November 2023.....	72
Gambar 4. 5 Video Youtube Tasya Farasya dengan judul Tasya Farasya Approved Awards 2023.....	73
Gambar 4. 6 Instagram Reels SOMETHINC.....	74
Gambar 4. 7 Katalog E-commerce SOMETHINC.....	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Konsultasi Skripsi	84
Lampiran 2 Kuesioner.....	86
Lampiran 3 Bukti Penyebaran Kuesioner	87
Lampiran 4 Turnitin	94
Lampiran 5 Curriculum Vitae	95

