

**PENGARUH *ENDORSEMENT* DAN *INFLUENCER* DI
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
GLAD2GLOW
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN**



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

SKRIPSI

Disusun oleh.

**NABILA EKA PUTRI
22612010012**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
PALEMBANG**

2026

**PENGARUH *ENDORSEMENT* DAN *INFLUENCER* DI
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK GLAD2GLOW PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN**



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Sumatera Selatan

Disusun oleh.

NABILA EKA PUTRI

22612010012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
PALEMBANG**

2026

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *ENDORSEMENT* DAN *INFLUENCER* DI INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sumatera Selatan

NAMA : NABILA EKA PUTRI

NIM : 22612010012

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan pada:

HARI : SABTU

TANGGAL : 25 JULI 2026

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Sumatera Selatan


Dr. Riri Hanifa, S.E., M.M
NUPTK. 3855762663230242

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *endorsement* dan *influencer* terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Selatan sebanyak 408 mahasiswa dan sampel sebanyak 80 responden, dengan penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model regresi memiliki tingkat kesesuaian yang sangat baik dengan nilai Adjusted R-Square sebesar 74%. Hasil uji hipotesis secara parsial membuktikan bahwa *endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *influencer* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, serta *endorsement* dan *influencer* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan *endorsement* yang kondusif dipadukan dengan dorongan *influencer* berperan sangat penting untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci: *Endorsement*, *Influencer*, Keputusan Pembelian, Manajemen Pemasaran.

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of endorsements and influencers on purchasing decisions for Glad2Glow products among students in the Faculty of Economics at the University of South Sumatra. This study employs a quantitative approach. The population for this study consists of 408 students in the Faculty of Economics at the University of South Sumatra, and the sample comprises 80 respondents, selected using purposive sampling. Primary data were collected through a questionnaire and analyzed using multiple linear regression with the aid of SPSS version 27 software. The results show that the regression model has an excellent level of fit, with an Adjusted R-Square value of 74%. The results of the partial hypothesis tests prove that endorsements have a positive and significant effect on purchase decisions, influencers have a positive and significant effect on purchase decisions, and endorsements and influencers simultaneously have a positive and significant effect on purchase decisions. The conclusion of this study confirms that the effective use of endorsements combined with the influence of influencers plays a very important role in influencing purchase decisions.

Keywords: Endorsement, Influencer, Purchase Decision, Marketing Management.