

**PENGARUH *INFLUENCER ENDORSEMENT* DAN *INSTAGRAM ADS*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK PASHMINA LOZY
HIJAB DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

SABRINA AULIA AZ ZAHRA

21012010103/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2025

**PENGARUH INFLUENCER ENDORSEMENT DAN INSTAGRAM ADS
TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK PASHMINA LOZY
HIJAB DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

SABRINA AULIA AZ ZAHRA

21012010103/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2025**

**PENGARUH *INFLUENCER* ENDORSEMENT DAN *INSTAGRAM ADS*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK PASHMINA LOZY
HIJAB DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

SABRINA AULIA AZ ZAHRA

21012010103/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2025**

SKRIPSI

**PENGARUH *INFLUENCER ENDORSEMENT* DAN *INSTAGRAM ADS* TERHADAP
PURCHASE INTENTION PRODUK PASHMINA LOZY HIJAB DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

SABRINA AULIA AZ ZAHRA
21012010103/FEB/EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada Tanggal : 04 Juli 2025**

Pembimbing Utama


Wilma Cordelia Izaak, S.E., M.M.
NIP. 17219831020049

**Tim Penguji
Ketua**


Drs. Ec. Hery Rudioprastyono, M.M.
NIP. 196203181988031002

Anggota


Dr. Hesty Prima Rini, S.E., M.M.
NIP.198410132019032010

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur**


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si. CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SABRINA AULIA AZ ZAHRA
NPM : 21012010103
Program : Sarjana(S1)/~~Magister (S2) / Doktor (S3)~~
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 26 Juni 2025
Yang Membuat pernyataan



Sabrina Aulia Az Zahra
NPM. 21012010103

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Influencer Endorsement* dan *Instagram Ads* terhadap *Purchase Intention* Produk Pashmina Lozy Hijab di Surabaya.”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembanguna Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Akhmad Fauzi, M.T. selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Wilma Cordelia Izaak, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan sabar, memberikan arahan, saran, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen pengajar yang telah memberikan ilmu dan wawasan kepada penulis selama masa studi di UPN “Veteran” Jawa Timur.

6. Dengan penuh rasa hormat dan cinta, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, yang menjadi sosok terkasih sekaligus pahlawan terhebat dalam hidup penulis. Atas segala doa, kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan yang tiada henti, penulis mampu melalui setiap proses perkuliahan serta menghadapi berbagai tantangan hingga akhirnya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Keyakinan dan kepercayaan yang selalu diberikan Ayah dan Ibu menjadi sumber kekuatan terbesar bagi penulis untuk terus melangkah dan tidak menyerah. Segala yang telah diberikan Ayah dan Ibu tidak akan pernah mampu penulis balas, namun InsyaAllah penulis akan selalu berusaha dan bekerja keras untuk memberikan yang terbaik sebagai bentuk bakti dan rasa kasih yang tulus.
7. Alkhila Habibatul dan Ilham Hardi, teman seperjuangan yang selalu setia menemani penulis sejak awal perkuliahan. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam proses belajar, berbagi semangat di setiap langkah, dan tetap hadir hingga akhir perkuliahan ini.
8. Teman-teman “SDM BOHONGAN” Khila, Jasmine, Zeny, Devita, dan Jihan, yang telah menjadi sahabat terbaik selama masa kuliah. Terima kasih atas kebersamaan dan bantuan dalam berbagai hal hingga membuat masa perkuliahan penulis penuh warna dan bermakna.
9. Teman-teman kos “AKB” yang tidak bisa disebutkan satu per satu namanya. Terima kasih telah menjadi keluarga kedua penulis selama tinggal di

Surabaya, menciptakan kenangan dan memberikan kebahagiaan dalam keseharian.

10. Anandhita Ginari dan Ilmia Nur Anisyah, sahabat yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis sejak masa pendidikan dasar. Terima kasih atas kebersamaan, kenangan indah, serta doa dan dukungan yang selalu diberikan untuk penulis hingga saat ini.
11. Olivia, Enjang, Roro, dan Liling, rekan seperjuangan dalam menyusun skripsi yang telah menemani penulis dalam masa akhir perkuliahan. Terima kasih atas semangat dan perjuangan bersama yang menjadi bagian berharga dari proses ini.
12. Seluruh teman-teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan ini masih memiliki kekurangan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, saran serta kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Besar harapan penulis, hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna bagi semua pihak yang membutuhkan

Surabaya, 04 Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAKSI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Pemasaran	14
2.2.2 Strategi Pemasaran.....	15
2.2.3 Perilaku Pembelian	20
2.2.4 <i>Influencer Endorsement</i>	21
2.2.5 <i>Instagram Ads</i>	24
2.2.6 <i>Purchase Intention</i>	25
2.3 Hubungan Antar Variabel	26
2.3.1 Hubungan <i>Influencer Endorsement</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	26
2.3.2 Hubungan <i>Instagram Ads</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	27
2.4 Kerangka Konseptual	28

2.5 Hipotesis	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	30
3.1.2 Pengukuran Variabel	33
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Sumber dan Jenis Data.....	35
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	36
3.4.1 Teknik analisis	36
3.4.2 Model indikator reflektif dan formatif.....	37
3.4.3 Cara kerja PLS	39
3.4.4 Langkah-langkah PLS.....	40
3.4.5 Asumsi Pls.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	48
4.2.1 Data Karakteristik Responden	48
4.2.2 Deskripsi Hasil Variabel Penelitian	50
4.3 Analisis Data PLS.....	58
4.3.1 Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....	58
4.3.2 Analisis Model PLS	63

4.3.3 Pengujian Model Struktural (Inner Model)	64
4.3.4 Pengujian Hipotesis	65
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
4.4.1 Pengaruh <i>Influencer Endorsement</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	66
4.4.2 Pengaruh <i>Instagram Ads</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Alasan Utama Penggunaan Media Sosial	2
Gambar 1. 2 Penggunaan Instagram ads Lozy Hijab.	6
Gambar 1. 3 Komentar pengikut Lozy Hijab.	7
Gambar 1. 4 Data Top 20 Pashmina Lozy Hijab.	8
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 3. 1 Model Indikator Reflektif.	38
Gambar 3. 2 Model Indikator Formatif.	38
Gambar 3. 3 Diagram Jalur Partial Least Square	41
Gambar 4. 1 Analisis Model PLS.	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Influencer Lozy Hijab	5
Tabel 1. 2 Data Penjualan Perbulan dengan Perbandingan Influencer	8
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	48
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Audiens Lozy Hijab	49
Tabel 4. 3 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 4 Deskripsi Hasil Variabel Influencer Endorsement	51
Tabel 4. 5 Deskripsi Hasil Variabel Instagram Ads.....	53
Tabel 4. 6 Deskripsi Hasil Variabel Purchase Intention	56
Tabel 4. 7 Outer Loading	59
Tabel 4. 8 Average Variance Extracted (AVE)	60
Tabel 4. 9 Cross Loading	61
Tabel 4. 10 Fornell Larcker	62
Tabel 4. 11 Composite Reliability	63
Tabel 4. 12 R-Square	64
Tabel 4. 13 Path Coefficients	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2 Tabulasi Data	82
Lampiran 3 <i>Convergent Validity</i>	86
Lampiran 4 <i>Discriminant Validity</i>	87
Lampiran 5 <i>Composite Reliability</i>	87
Lampiran 6 Model PLS	88
Lampiran 7 <i>R-Square</i>	88
Lampiran 8 Pengujian Hipotesis	88

**PENGARUH *INFLUENCER ENDORSEMENT* DAN *INSTAGRAM ADS*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK PASHMINA LOZY
HIJAB DI SURABAYA**

Oleh:

Sabrina Aulia Az Zahra

21012010103/FEB/EM

ABSTRAKSI

Beberapa tahun terakhir, tren fashion berkembang menjadi bagian dari gaya hidup yang merefleksikan identitas dan ekspresi diri. Perkembangan media sosial, telah mendorong paradigma fashion menjadi lebih dinamis termasuk dalam pemakaian hijab sebagai fashion muslim modern. Salah satu hijab yang paling diminati saat ini adalah pashmina. Lozy Hijab sebagai merek lokal yang memproduksi pashmina mampu berkembang melalui strategi pemasaran digital yaitu melalui *influencer endorsement* dan *Instagram ads*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *influencer endorsement* dan *Instagram ads* terhadap *purchase intention* produk pashmina Lozy Hijab di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi yaitu masyarakat yang bertempat tinggal di Surabaya dan mengetahui Lozy Hijab melalui pengambilan sampel *non probability sampling*. Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* sebanyak 112 responden yang memenuhi kriteria sampel dengan analisis data yang digunakan adalah SEM PLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Influencer endorsement* dan *Instagram Ads* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* produk pashmina Lozy Hijab di Surabaya.

Kata Kunci : *Influencer Endorsement, Instagram Ads, Purchase Intention, Produk Pashmina*