

**PEMAKNAAN KONSUMEN PRODUK SKINCARE MS. GLOW ATAS PERAN CELEBRITY
ENDORSEMENT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

(studi pada Klinik “MS GLOW” Jl.Guntur No.8 Oro-oro Dowo, Klojen, Malang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Sosiologi

Dosen Pengampu : 1. Muhammad Hayat, M.A.

2. Luluk Dwi Kumalasari, M.Si



MIFTAKHATUL MARIFAH

NIM: 201910310311053

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2023

**PEMAKNAAN KONSUMEN PRODUK SKINCARE MS. GLOW ATAS PERAN CELEBRITY
ENDORSEMENT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

(studi pada Klinik “MS GLOW” Jl.Guntur No.8 Oro-oro Dowo, Klojen, Malang)

SKRIPSI

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Diajukan Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar (S-1)

Oleh

Miftakhatul Marifah (201910310311053)

Dosen Pembimbing:

1. Muhammad Hayat, M.A.
2. Luluk Dwi Kumalasari, M.Si

Program Studi Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

2023

**PEMAKNAAN KONSUMEN PRODUK SKINCARE MS. GLOW
ATAS PERAN CELEBRITY ENDORSEMENT DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

(Study Pada Klinik Ms. Glow Jl. Guntur Oro-oro Dowo, Klojen, Malang)

Diajukan Oleh :

MIFTAKHATUL MARIFAH
201910310311053

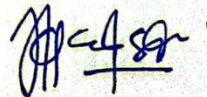
Telah disetujui
Pada Hari Sabtu, 15 April 2023

Pembimbing I



Muhammad Hayat, M.A

Pembimbing II



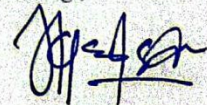
Luluk Dwi Kumalasari, M.Si

Wakil Dekan I FISIP,



Amrullah Khairur Rijal, S.I.P., M.Hub.Int

Ketua Program Studi
Sosiologi,



Luluk Dwi Kumalasari, M.Si

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

MIFTAKHATUL MARIFAH
201910310311053

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Sosiologi
Pada Hari Sabtu, 15 April 2023
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Muhammad Hayat, M.A
2. Luluk Dwi Kumalasari, M.Si
3. Dr. Vina Salviana DS, M.Si
4. Moch. Aan Sugiharto, M.Sosio

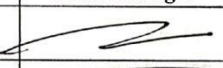
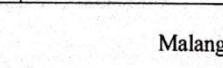
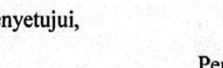
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui
Wakil Dekan I
Sosial dan Ilmu Politik


Najwa Huda Kurniawati Rijal, S.I.P., M.Hub.Int

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

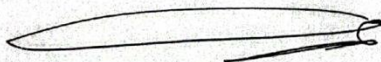
Nama : Miftakhatul Marifah
NIM : 201910310311053
Program Studi : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul : Peran Celebrity Endorsement Dalam Meningkatkan Minat Pembelian Produk Skincare Ms Glow (Studi pada Klinik "MS GLOW" Jl.Guntur No.8 Oro-oro Dowo, Klojen, Malang)
Pembimbing : 1. Muhammad Hayat, MA
2. Luluk Dwi Kumalasari, M.Si
Konsultasi Skripsi :

Tanggal	Keterangan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
10 November 2022	ACC Proposal Skripsi		
15 November 2022	Seminar Proposal Skripsi		
10 Desember 2022	ACC BAB I		
22 Desember 2022	ACC BAB II		
07 Maret 2023	ACC BAB III		
17 Maret 2023	ACC BAB IV		
21 Maret 2023	ACC BAB V		

Malang, 21 Maret 2023

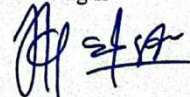
Menyetujui,

Pembimbing I



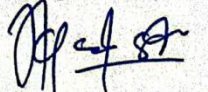
Muhammad Hayat, MA

Pembimbing II



Luluk Dwi Kumalasari, M.Si

Mengetahui,
Ketua Program Studi,



Luluk Dwi Kumalasari, M.Si



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK

SOSIOLOGI

sosiologi.umm.ac.id | sosiologi@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/053/Sosiologi/FISIP-UMM/VIII/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan bahwa mahasiswa:

Nama : Mifthakatul Marifah
NIM : 201910310311053
Judul : Peran Celebrity Endorsement Dalam Meningkatkan Minat Pembelian Produk Skincare Ms Glow (Studi Pada Klinik MS GLOW Jl. Guntur No. 8 Oro-oro Dowo Klojen Malang)
Dosen Pembimbing : 1. Muhammad Hayat, MA
2. Luluk Dwi Kumalasari, M.Si

telah melakukan cek plagiasi pada naskah Skripsi sebagaimana judul di atas, dengan hasil sebagai berikut:

	BAB I	BAB II	BAB III	BAB IV	BAB V
Similarity*)	14	13	11	15	6

*) Similarity maksimal 15% untuk setiap Bab.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai syarat pengurusan bebas tanggungan di UPT. Perpustakaan UMM.



Malang, 02 Agustus 2023
Hormat Kami,

Luluk Dwi Kumalasari, M.Si
Ketua Prodi Sosiologi



Kampus I
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 148 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

Miftakhatul Marifah, 201910310311053, 2023. Peran Celebrity Endorsement Dalam Meningkatkan Minat Pembelian Produk Skincare Ms Glow Studi Pada Klinik "MS GLOW" Jl.Guntur No.8 Oro-oro Dowo, Klojen, Malang. Pembimbing 1) Muhammad Hayat, M.A. 2) Luluk Dwi Kumalasari, M.Si.

Produk kecantikan sudah sangat banyak bermunculan, hal ini tentu membuat pangsa pasar semakin ketat dalam bersaing, produk *skincare* Ms. Glow menunjukkan eksistensinya di persaingan. Salah satu cara perusahaan kecantikan seperti produk Ms.Glow menyampaikan komunikasi persuasif yaitu dengan cara iklan dan menggunakan celebrity, yang biasa dikenal dengan istilah endorse. penggunaan celebrity sebagai *endorser* dipercaya dapat mempengaruhi peningkatan minat beli konsumen dan kemudian dapat mendorong penjualan produk. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi serta menggunakan teknik pengambilan subjek purposive sampling. Penelitian ini dilakukan di Jl.Guntur No.8 Oro-oro Dowo, Klojen, Malang dengan menggunakan analisis teori Fenomenologi Alfred Schutz. Temuan dalam penelitian ini bahwa dari keenam subjek yang telah diwawancarai oleh peneliti bahwa peran celebrity endorsement sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat pembelian. Hal ini dapat dilihat dari adanya rasa tertarik terhadap pembawaan endorse celebrity, public speaking celebrity, beauty privilege, dan kepercayaan konsumen terhadap celebrity yang ia percaya selama mengikuti di media sosial instagram.

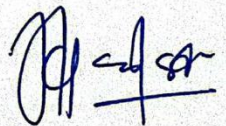
Kata Kunci: Peran, Celebrity Endorsement, Minat Pmebelian, Skncare, Ms Glow

Dosen Pembimbing 1



Muhammad Hayat, M.A

Dosen Pembimbing 11



Luluk Dwi Kumalasari, M.Si

ABSTRACT

Miftakhatul Marifah, 201910310311053, 2023. The Role of Celebrity Endorsement in Increasing Interest in Purchasing Skincare Products Ms Glow Study at the "MS GLOW" Clinic Jl. Guntur No. 8 Oro-oro Dowo, Klojen, Malang. Advisor 1) Muhammad Hayat, M.A. 2) Luluk Dwi Kumalasari, M.Sc.

Beauty products have sprung up a lot, this of course makes the market share even tighter in competition, Ms. skincare products. Glow shows its existence in the competition. One of the ways beauty companies such as Ms. Glow products convey persuasive communication is by advertising and using celebrity, commonly known as endorsement. the use of celebrity as an endorser is believed to influence increased consumer buying interest and then can boost product sales. This study used a qualitative method with the type of phenomenological research and used a purposive sampling technique. This research was conducted at Jl. Guntur No. 8 Oro-oro Dowo, Klojen, Malang by using the analysis of Alfred Schutz's phenomenological theory. The findings in this study are that of the six subjects who have been interviewed by researchers that the role of celebrity endorsements is very influential in increasing purchase intention. This can be seen from Adanya's sense of interest in celebrity endorsement, public speaking celebrity, beauty privilege, and consumer trust in celebrity which he believes while following on Instagram social media.

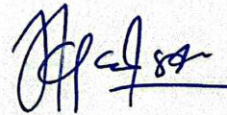
Keywords: Role, Celebrity Endorsement, Purchase Interest, Skincare, Ms Glow

Advisor I



Muhammad Hayat, M.A

Advisor II



Luluk Dwi Kumalasari, M.Sc



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jurusan : Ilmu Kesejahteraan Sosial * Ilmu Pemerintahan * Ilmu Komunikasi * Sosiologi * Hubungan Internasional
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Telp. (0341) 460948, 464318-19 Fax. (0341) 460782 Malang 65144 Pes. 132

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Miftakhatul Marifah
NIM : 201910310311053
Jurusan : SOSIOLOGI
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :
Pemaknaan Konsumen Produk Skincare Ms. Glow Atas Peran Celebrity Endorsement Di Media Sosial Instagram (Study Pada Klinik Ms. Glow Jl. Guntur Oro-oro Dowo, Klojen, Malang) adalah hasil karya saya, dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 20 April 2023

Yang Menyatakan,

Miftakhatul Marifah

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirohim

Alhamdulillah, saya panjatkan puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan juga hidayahnya saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Pemaknaan konsumen produk skincare Ms Glow atas peran celebrity endorsement di media sosial instagram” (Studi pada Klinik “MS GLOW” Jl.Guntur No.8 Oro-oro Dowo, Klojen, Malang)” dengan baik dan lancar. Saya menyadari bahwa dalam penelitian akhir saya ini masih jauh dari kata sempurna, namun berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak saya dapat menyelesaikan laporan ini dengan tepat waktu.

Dalam kata pengantar ini saya ingin menyampaikan beribu terimakasih kepada insan-insan yang telah memberikan bantuan dan dukungan untuk peneliti sehingga dapat menyusun penelitian akhir ini dengan lancar dan baik, kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H, Fauzan, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Bapak Prof. Muslimin Machmud, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
3. Bapak Rahmad K. Dwi Susilo, MA,Ph.D selaku wali dosen angkatan 2019 yang selalu memberikan kemudahan dan fasilitas untuk saya agar mendapatkan bimbingan serta dukungan agar saya dapat menyelesaikan skripsi saya dengan baik dan tepat waktu, semoga selalu sehat dan panjang umur.
4. Bapak Muhammad Hayat, M.A. Selaku Dosen pembimbing 1 dan Ibu Luluk Dwi Kumalasari, M.Si selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan saya masukan dan saran serta fasilitas yang baik untuk saya agar dapat dengan segera menyelesaikan skripsi yang saya kerjakan dengan baik dan tepat waktu, semoga sehat selalu dan panjang umur.

5. Bapak saya bapak Moh. Juri yang selalu mengusahakan apa yang terbaik untuk anaknya, memberikan dan selalu mencukupi segala materi dalam menunjang saya agar bisa menyelesaikan penelitian akhir ini, tidak putus kata terimakasih yang saya ucapkan kepada beliau, semoga bapak selalu sehat, lancar rezeki dan panjang umur
6. Ibu saya, Juwariyah yang selalu memberikan segala dukungan baik penyemangat maupun emosi agar saya dapat memaksimalkan diri dalam mengerjakan tugas akhir ini secara baik, semoga ibu selalu sehat dan panjang umur
7. Kepada seluruh teman saya angkatan sosiologi 2019 yang telah mewarnai perjalanan kehidupan saya selama dikampus.
8. Terkhusus terima kasih kepada Mochamad Faizal Hazmi yang telah memberikan semangat, mendengarkan keluh kesah, dan menjadi moodbooster selama mengerjakan.
9. Terima kasih kepada teman-teman saya, anggi, diah, arletta, vita, efa, diva, tsabita, ghina yang telah memberikan dukungan semangat dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.
10. Terima kasih kepada teman-teman tari yang telah memberikan semangat dan selalu menghibur ketika jenuh mengerjakan.
11. Dan seluruh rekan dan kerabat saya yang telah memberikan motivasi dan dukungan penuh kepada penulis.

Penulis berharap kepada para pembaca agar memberikan kritikan serta saran yang dapat membangun untuk memperbaiki penulisan dari skripsi ini dengan tujuan agar lebih baik lagi, bermanfaat untuk semua kalangan, dan dapat dijadikan masukan kepada penulis agar dapat menghasilkan karya yang lebih baik kedepannya.

DAFTAR ISI

SAMPUL

KATA PENGANTAR.....ii

ABSTRAK.....iv

ABSTRACT.....v

DAFTAR ISI.....vi

DAFTAR GAMBAR.....viii

DAFTAR TABEL.....ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....1

1.2 Rumusan Masalah.....7

1.3 Tujuan Penelitian.....7

1.4 Manfaat Penelitian.....7

1.5 Dfinisi Konseptual.....8

1.6 Metodologi Penelitian.....12

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....20

2.2 Tinjauan Pustaka.....26

2.3 Kajian Teori.....33

BAB III SETTINGAN PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Kota Malang.....36

3.2 Sejarah Klinik Kecantikan Ms. Glow.....39

3.3 Proses Ms. Glow Dikenal Masyarakat.....41

3.4 Sustainabillity Marketing Ms. Glow.....42

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISA DATA

4.1 Penyajian Data.....	46
4.2 Gambaran Subjek Penelitian.....	54
4.3 Identitas Subjek Penelitian.....	54
4.4 Peran Celebrity Endorsement Dalam Meningkatkan Minat Pembelian.....	71
4.5 Analisa Teori.....	85

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Pikir	35
Gambar 3.1 Wilayah Kota Malang	37
Gambar 3.2 Profil Klinik MS. Glow	39
Gambar 4.1.3.1 Produk MS. Glow Paket Whitening	50
Gambar 4.1.3.2 Produk MS. Glow Paket Acne Series	51
Gambar 4.1.3.3 Produk MS. Glow Paket Ultimate	52
Gambar 4.1.3.4 Produk MS. Glow Varian Radiance Gold	53
Gambar 4.1.3.5 Produk MS. Glow Flawless Glow Red Jelly	53
Gambar 4.3.1 Foto Konsumen	60



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.1.1 Nama Celebrity Endorsement.....	47
Tabel 4.3 Identitas Subjek Penelitian	55



DAFTAR PUSTAKA

- Awallia, Diah Lailatul. (2018). Pengaruh Testimoni Dan Selebgram Endorsment Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo. Skripsi, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Dewi, Adhita Maharani. (2008). Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal. Jurnal Pengaruh Iklan Vol. 3. NO. 1, 2018.
- Ervina. 2018. Efektivitas Celebriti Endorsment Sebagai Media Iklan Pada Sosial Media Instagram. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Hafisa, Dinda Yulia. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Halal "Wardah". Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.
- Nuraini, Alfiah. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang.
- Prastyanti, Gita. (2017). Pengaruh Penggunaan (Celebrity Endorser Instagram) Terhadap Niat Beli Konsumen Secara Online Pada Media Sosial Instagram. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.
- Rizaldi, Ajie. (2017). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Cosmetik Wardah. Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiah dan Keguruan, Universitas Negeri Syarif Hidayatullah.
- Hanif, J. A. F. M. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Ms Glow Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Witjaksari, F. T., Basalamah, M. R., & Rahmawati, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Perawatan Wajah (Studi Kasus Pada Konsumen Ms Glow). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(20).
- Wahyoedi, S., & Tj, H. W. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Brand Image dan Perceived Brand Quality Produk Kosmetik MS Glow. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(3), 1439-1460.
- Rahma, H. M. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Celebrity Endorser, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan Ms Glow Aesthetic Clinic Malang).
- Supraja, M., & Al Akbar, N. (2021). *Alfred Schutz: Pengarusutamaan Fenomenologi dalam Tradisi Ilmu Sosial*. UGM PRESS. Carpenter, J. P., Morrison, S. A., Craft, M., & Lee,
- M. (2020). How and why are educators using Instagram?. *Teaching and teacher education*, 96, 103149.

- Berman, B., & Thelen, S. (2018). Planning and implementing an effective omnichannel marketing program. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(7), 598-614.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 10-21.

