

**Pengaruh Labelling "Tasya Farasya Approved" terhadap Brand Trust pada Produk
Mother of Pearl di Kalangan**

(Studi Followers Tasya Farasya)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Program Studi Ilmu Komunikasi**

Dosen Pembimbing:

Widiya Yutanti, M.A. (Hons)



Disusun Oleh:

Daulyka Megantara

202110040311264

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

Pengaruh Labelling Tasya Farasya Approved Terhadap Brand Trust Pada Produk Mother Of Pearl Dikalangan (Studi Pada Followers Tasya Farasya)

Diajukan Oleh :

Daulyka Megantara

202110040311264

Telah disetujui

Rabu / 3 September 2025

Pembimbing I



Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

Wakil Dekan I



Shairar Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.




SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Daulyka Megantara
202110040311264

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Rabu, 3 September 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :



1. Dr. Joko Susilo, M.Si. ()
2. Nasrullah, M.Si. ()
3. Widiya Yutanti, M.A. (Hons) ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Najamuddin Khajur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA


 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	SURAT PERNYATAAN
	Yang Bertandatangan di bawah ini :
Nama	: Daulyka Megantara
NIM	: 202110040311264
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang


Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul : **Pengaruh Labeling “Tasya Farasya Approved” terhadap Brand Trust pada Produk Mother Of Pearl di Kalangan Followers (Studi pada Followers Tasya Farasya)** 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, 4 Agustus 2025





Yang Menyatakan

Daulyka Megantara

	Kampus 1 Jl. Bendoang 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 521 252 (Hunting) F: +62 341 852 435	Kampus 2 Jl. Bendoang Selatan No. 158 Malang, Jawa Timur P: +62 341 521 140 (Hunting) F: +62 341 522 555	Kampus 3 Jl. Raya Tlogomas No. 548 Malang, Jawa Timur P: +62 341 254 218 (Hunting) F: +62 341 493 435 E: webmaster@urim.ac.id
---	--	--	--

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	Lembar Persetujuan Skripsi		
	Nama : Daulyka Megantara NIM : 202110040311264 Jurusan : Ilmu Komunikasi Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Judul Skripsi : Pengaruh labelling "Tasya Farasya Approved" terhadap Brand Trust pada Produk Mother Of Pearl di Kalangan Followers (Studi pada Followers Tasya Farasya)		
	Disetujui, Pembimbing  Widiya Yutanti, M.A.(Hons)		
	Mengetahui, Ketua Prodi Ilmu Komunikasi  Nasrullah, S.Sos, M.Si.		
 IN-QA STARS	Kampus I Jl. Bondowoyo 1 Malang, Jawa Timur P +62 341 551 253 (Hunting) F +62 341 850 435	Kampus II Jl. Bendungan Suban No 158 Malang, Jawa Timur P +62 341 551 748 (Hunting) F +62 341 587 050	Kampus III Jl. Raya Tegayutan No 245 Malang, Jawa Timur P +62 341 464 278 (Hunting) F +62 341 855 425 E. webmaster@qurum.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	SURAT KETERANGAN		
	Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VIII/2025		
	Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:		
	Nama	: Daulyka Megantara	
	No. Induk Mahasiswa	: 202110040311264	
	Program Studi	: Ilmu Komunikasi	
	Judul Skripsi	: Pengaruh labelling "Tasya Farasya Approved" terhadap Brand Trust pada Produk Mother Of Pearl di Kalangan Followers (Studi pada Followers Tasya Farasya)	
	Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji . Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih		
	Malang, 4 Agustus 2025		
	Dosen Pembimbing		
			
	Widiya Yutanti, M.A.(Hons)		
	Kampus I Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 460 435	Kampus II Jl. Beerdjangan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 140 (Hunting) F. +62 341 562 000	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 319 (Hunting) F. +62 341 460 435 E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH


UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT KETERANGAN
Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VIII/2025


Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:


NAMA : Daulyka Megantara
NIM : 202110040311264
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 8 (delapan) tahun akademik 2024 / 2025 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 4 Agustus 2025
a.n Dekan
Ketua Program Studi

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Sumbung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 521 253 (Pusat)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bungkulan Sukani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 351 140 (Pusat)
F: +62 341 352 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 404 210 (Pusat)
F: +62 341 401 420
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN

DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI DENGAN JUDUL: PENGARUH LABELLING TASYA FARASYA APPROVED
TERHADAP BRAND TRUST PADA PRODUK MOTHER OF PEARL DIKALANGAN
FOLLOWERS (STUDI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM TASYA FARASYA)

Oleh:

Nama : Daulyka Megantara

NIM : 202110040311264

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 4 Agustus 2025

Pembimbing

Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

NIP.10303090369



(*) Coret yang tidak perlu

Jl. Ransong 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 951 392 (Hunting)
F. +62 341 880 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutama No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 748 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 864 218 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Daulyka Megantara
NIM : 20210040311264

Hasil Plagiasi : 5/8 8/8 4/8

BAB I	26	5		
BAB II	27	20		
BAB III	28	25	19	

5/8 8/8

BAB IV	25	19		
BAB V	22	15		
BAB VI	30	14		

Malang,
Admin Plagiasi Prodi,

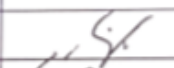


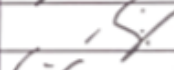

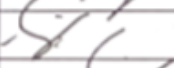


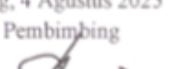

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Daulyka Megantara
NIM : 20211004031164
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Penelitian : Pengaruh labelling Tasya Farasya Approved terhadap brand trust pada produk mother of pearl dikalangan followers (Studi pada followers instagram Tasya Farasya)
Pembimbing : Widiya Yutanti, M.A. (Hons)
Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
19/10/2024	Kelas bimbingan seminar proposal	
11/12/2024	Acc Judul	
20/12/2024	Konsultasi Bab 1&2	
9/01/2025	Konsultasi Bab 1, 2 & 3	
11/01/2025	Presentasi Sempro	
16/02/2025	Konsultasi Bab 4	
16/06/2025	Konsultasi Bab 5	
18/06/2025	Konsultasi Keseluruhan Bab 1- 6 dan abstrak	
24/06/2025	Acc Seminar Hasil	
3/07/2025	Jadwal presentasi seminar hasil	

Malang, 4 Agustus 2025
Dosen Pembimbing


Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada Kamis, 3 Juli 2025

Pukul 19.00

Telah dilaksanakan seminar hasil oleh:

Nama Peneliti	Daulyka megantara
NIM	202110040311264
Kosentrasi Studi	Ilmu Komunikasi, Audio Visual
Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Pengaruh Labelling "Tasya Farasya Approved" terhadap brand trust pada Produk Mother of Pearl di Kalangan Followers (Studi pada Followers Tasya Farasya)
Pembimbing	Widiya Yutanti, M.A. (Hons)
Dosen Penguji	Dr. Joko Susilo, M.Si.

Seminar hasil dilakukan secara daring (online) melalui platform Zoom Meeting.

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji dan 21 Mahasiswa (Daftar Hadir Terlampir).

Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Malang, 3 Juli 2025

Dosen Pembimbing


Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

Dosen Penguji


Dr. Joko Susilo, M.Si.

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Nasrullah, S.sos,M.si.

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL

DAFTAR KEHADIRAN SEMINAR HASIL

Nama	Keterangan
Jehan Ayu	Hadir
Poetri Sekar Kinanthi	Hadir
zahrah	Hadir
Nadiva Shakirah	Hadir
Aulia Maharani	Hadir
Oktavia	Hadir
Stefany Reeds Michelle Rossoneri Widyawan	Hadir
Dinda	Hadir
Anisa Triwijayanti	Hadir
Mazaya Maula	Hadir
Rizki nur fadilah	Hadir
Salsabila Khairunnisa	Hadir
Adelia Nur Laili	Hadir
Almayda Kentakira	Hadir
Sultan Yusuf Brian Permana	Hadir
dyah putri sekar arum	Hadir
galang ferandra putra	Hadir
audy naufal ashari	Hadir
Veronika Mayang Lolita	Hadir

Dhirgham Agung	Hadir
Rizza Arya Rahman	Hadir

Malang, 4 Agustus 2025
Dosen Pembimbing


Widiya Yutiati, M.A. (Hons)

ABSTRAK

ABSTRAK

DAULYKA MEGANTARA, 202110040311264, Pengaruh Labelling "Tasya Farasya Approved" terhadap brand trust pada Produk Mother of Pearl di Kalangan Followers (Studi pada Followers Tasya Farasya).

Era digital, rekomendasi dari influencer media sosial telah menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk membangun kepercayaan merek. Fenomena ini dapat dilihat dari pengaruh label "Tasya Farasya Approved," yang menjadi tanda kualitas dan otoritas pada produk kecantikan seperti Mother of Pearl. Kepercayaan yang diberikan oleh konsumen kepada Tasya Farasya sebagai seorang beauty influencer terkenal menjadikan label ini sebagai alat penting untuk membangun kepercayaan terhadap merek. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari labelling "Tasya Farasya Approved" terhadap brand trust Mother of Pearl di kalangan followers Tasya Farasya. Dan menghitung besarnya pengaruh labelling "Tasya Farasya Approved" terhadap brand trust Mother of Pearl di kalangan followers Tasya Farasya. Penelitian ini menggunakan konsep komunikasi pemasaran (Kotler & Keller, 2016), Strategi Influencer Marketing (Lou & Yuan, 2019), teori brand trust (Kim, Lim, & Bhargava, 2016) dan Teori Komunikasi Dua Tahap atau Two-Step Flow Theory Komunikasi Dua Tahap atau Two-Step Flow Theory (Morrison 2021) dalam menganalisa konten Tasya Farasya yang mempengaruhi brand trust pada brand mother of pearl. Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah paradigma positivisme. Pendekatan penelitiannya menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini tergolong ke dalam penelitian eksplanatif dan dasar penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode survei. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner (angket) yang disebarakan kepada 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa labelling Tasya Farasya Approved memberikan pengaruh terhadap brand trust, dengan nilai R Square sebesar 0,211. Maka dapat disimpulkan bahwa labelling Tasya Farasya Approved di Instagram, khususnya melalui konten yang menghibur, interaktif, dan juga konten yang mengikuti tren terkini, berhasil membentuk rasa kepercayaan yang positif di kalangan audiens khususnya pengikut Tasya Farasya.

Kata Kunci: Labelling, Tasya Farasya Approved, Social Media, Brand Trust, Instagram, Skincare, endorsement, Mother Of Pearl.

Dosen Pembimbing Peneliti



Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

Mengetahui, Malang 24 Juni 2024



Daulyka Megantara

DAFTAR ISI

PROPOSAL PENELITIAN.....	i
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	vi
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	viii
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	ix
BERITA ACARA BIMBINGAN.....	x
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	xi
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
KATA PENGANTAR.....	xix
BAB 1.....	2
PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB 2.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	5
2.1.1 Strategi Influencer Marketing.....	5
2.2 Teori Brand Trust (Kepercayaan Merek).....	6
2.2.1 Pengaruh Brand Trust.....	6
2.2.2 Dimensi kesuksesan brand trust.....	8
2.3 Labeling.....	9
2.3.1 Labelling "Tasya Farasya Approved".....	9
2.3.2 Jenis-Jenis Klaim Produk.....	13
2.4 Teori Komunikasi Dua Tahap atau Two-Step Flow Theory.....	14
2.5 Penelitian Terdahulu.....	14
2.6 Fokus Penelitian.....	19
2.7 Kerangka Konseptual.....	20
2.8 Hipotesis.....	21
2.9 Definisi Operasional.....	21

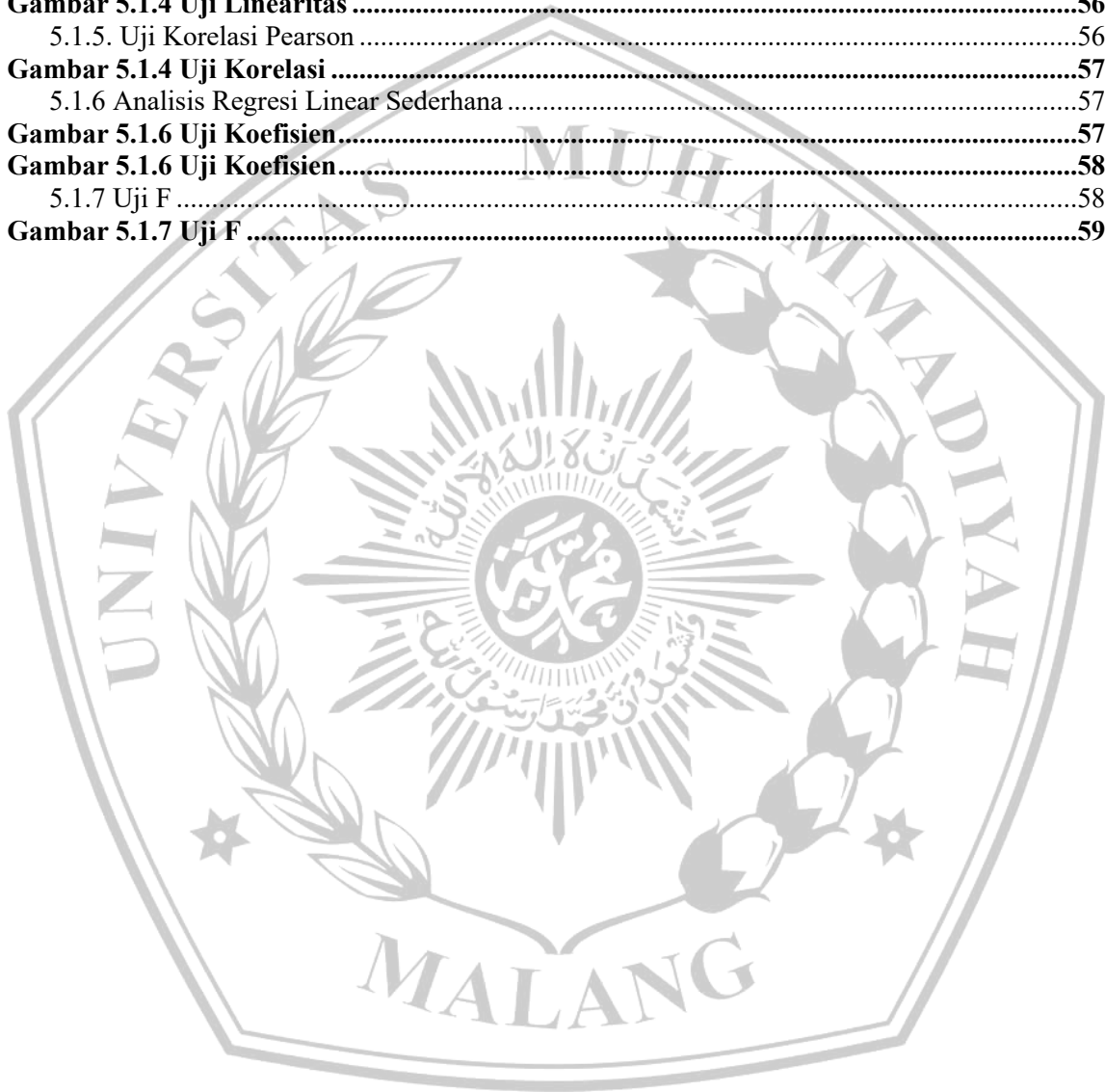
2.9.1 Labelling pada Tasya Farasya Approved sebagai variabel (x) memiliki 4 indikator, visibility, credibility, attraction, power:	21
2.9.2 Brand trust pada produk Mother of pearl sebagai variabel (y) memiliki 2 indikator yaitu viabilitas (viability) dan intensionalitas (intentionality):	22
BAB 3	25
METODE PENELITIAN	25
3.1 Paradigma penelitian	25
3.2 Pendekatan Penelitian	25
3.3 Tipe dan Dasar Penelitian	25
3.4 Tempat dan waktu penelitian	26
3.5 Populasi dan sampel	26
3.5.1 Populasi	26
3.5.2 Sampel	26
3.6 Teknik pengumpulan data	27
3.7 Teknik analisis data	27
3.7.1 Uji Keabsahan Data	28
3.7.2 Uji Normalitas	30
3.7.3 Uji Linieritas	30
3.7.4 Uji F	31
3.7.5 Uji Korelasi	31
3.8 Instrumen Penelitian	32
Variable X: Labelling Tasya Farasya Approved	33
Variabel Y: Brand Trust pada Mother Of Pearl	35
BAB 4	37
4.1 Objek Penelitian	37
4.2 Profil Tasya Farasya	39
4.2 Lokasi Penelitian	41
BAB 5	43
5.1 Profil Responden Penelitian	43
5.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	44
5.2.1 Uji Validitas	44
5.3 Hasil penelitian	47
5.3.1 Variabel X (Labelling Tasya Farasya approved)	47
5.3.1.1 visibility	47
5.3.1.2 credibility	48
5.3.1.3 Attraction	49
5.3.1.4 Power	50
5.1.2 Variabel Y (Brand Trust pada Mother Of Pearl)	51
5.1.2.1 Viability	51
5.1.2.2 Intentionality	52

5.1.3 Uji Normalitas	52
5.1.4 Uji Linieritas.....	53
5.1.5. Uji Korelasi Pearson	54
5.1.6 Analisis Regresi Linear Sederhana	54
5.1.7 Uji F	55
5.2 Pembahasan.....	56
BAB 6.....	59
PENUTUP	59
6.1 Kesimpulan.....	59
6.2 Saran	60
6.2.1 Saran Akademi.....	60
6.2.2 Saran Praktis	60
LAMPIRAN	62
DAFTAR PUSTAKA	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 data penjualan tertinggi berlabel approved	13
Gambar 2.2 logo tasya farasya approved	16
Gambar 4.1 Profil Tasya Farasya	40
Gambar 4.2 Instagram Tasya Farasya	42
Gambar 5.3 Data Responden Followers Aktif Tasya Farasya	47
Gambar 5.1.4 Uji Linearitas	56
5.1.5. Uji Korelasi Pearson	56
Gambar 5.1.4 Uji Korelasi	57
5.1.6 Analisis Regresi Linear Sederhana	57
Gambar 5.1.6 Uji Koefisien	57
Gambar 5.1.6 Uji Koefisien	58
5.1.7 Uji F	58
Gambar 5.1.7 Uji F	59



DAFTAR TABEL

Tabel penelitian terdahulu	19
Tabel Bagan kerangka konsep.....	24
Tabel Bagan kerangka konsep.....	24
Tabel definisi operasional variabel X labelling pada “Tasya Farasya Approved” dan variabel Y Brand trust pada produk Mother of pearl	25
Tabel Uji korelasi.....	35
Tabel Instrumen Penelitian.....	36
Tabel 5.1 Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 5.2 Usia Responden	46
Tabel 5.4 Uji Validitas	47
Tabel 5.5 Uji Reliabilitas X.....	49
Tabel 5.6 Uji Reliabilitas Y	49
Tabel 5.7 Dimensi Visibility Variabel Tasya Farasya Approved	50
Tabel 5.8 Dimensi Credibility Variabel Tasya Farasya Approved	51
Tabel 5.9 Dimensi Attraction Variabel Tasya Farasya Approved	52
Tabel 5.11 Dimensi Viability Variabel Brand Trust pada Mother Of Pearl.....	53
Tabel 5.12 Dimensi Intentionality Variabel Brand Trust pada Mother Of Pearl	54



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Labelling "Tasya Farasya Approved" terhadap brand trust pada Produk Mother of Pearl di Kalangan (Studi Followers Tasya Farasya). Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini sampai dengan selesai.
2. Ayah Jarwanto dan Ibu Peni Erawati tercinta yang telah memberikan doa, dukungan moral dan materi, serta kasih sayang yang tak terhingga selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Malang dari semester 1 hingga 8 ini.
3. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di universitas ini.
4. Bapak Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan fasilitas dan dukungan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Widiya Yutanti, M.A (Hons) selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si dan Bapak Dr. Joko Susilo, M.Si. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan kritik konstruktif untuk penyempurnaan skripsi ini.
7. Bapak Nasrullah, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan dukungan dan fasilitas selama masa perkuliahan.
8. Bapak Rahadi M.Si selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama masa perkuliahan.

9. Seluruh dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
10. Kedua adik tersayang penulis, yaitu Putri Aulya Megantara dan Elsho Jagad Megantara yang turut serta mendukung dan menyemangati penulis saat mengerjakan skripsi ini dari awal hingga akhir.
11. Teman-teman kuliah dari semester awal yaitu Adinda Putri Sakinah, Anisa Triwijayanti, Rizki Nur Fadilla, dan masih banyak teman yang belum saya sebutkan yang selalu mendukung, bersedia belajar, dan berkembang bersama penulis dalam menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Malang mulai dari semester 1 sampai dengan semester 8 atau dalam pengerjaan skripsi ini.
12. Aulia Maharani, Adelia Nur, Anisa Amelia, Veronika Mayang yang merupakan teman-teman penulis yang telah mendukung, berbagi ilmu, dan memberi semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan dengan ikhlas memberikan doa serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
15. Terakhir, untuk diri saya sendiri, seorang perempuan yang memiliki impian yang tinggi, akan tetapi terkadang kalah dengan isi pikirannya sendiri. Terima kasih kepada diri saya sendiri, Daulyka Megantara, anak pertama berusia 22 tahun yang dikenal keras kepala namun terkadang sifatnya tetap seperti anak kecil pada umumnya yang ingin selalu dimanjakan. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini, tidak menyerah dari awal sampai akhir, dan tetap menjadi dirimu sendiri. Saya bangga dengan diri saya sendiri yang sudah menyelesaikan skripsi ini dengan baik walaupun tentu saja di tengah pengerjaan selalu ada tantangan-tantangan seperti rasa malas dan menunda-nunda revisi yang terus menghantui. Saya bersyukur dikelilingi oleh orang-orang baik contohnya mereka yang namanya saya sebutkan diatas ataupun yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu. Semoga Allah SWT selalu kebersamaian perjalanan hidup kita dari awal sampai akhir.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk perbaikan di masa

mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Malang, 1 September 2025

Penulis,

Daulyka Megantara



DAFTAR PUSTAKA

- Amin, et al. (2023). Rumus Slovin dalam penentuan ukuran sampel penelitian.
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership. *Journal of Business Research*, 117, 510–519.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Hardilawati, L., Binangkit, E. D., & Perdana, A. W. (2019). Pengaruh endorsement selebriti terhadap kepercayaan merek. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 145–158.
- Hidayat, A. N., Iriani, D., & Khodijah, T. (2023). Analisis Teori Jarum Hipodermik Pada Komunikasi Massa: Studi Kasus Produk Blue Band. *Jurnal of Visual Communication Design*, 2(1), 17-27.
- Islamic University of Indonesia is a national private university in Yogyakarta, Indonesia. It was established on 27 Rajab 1364 or on 8 July 1945 as Islamic Higher School by political figures of the day including Dr. Mohammad Hatta, Mohammad Natsir, Mohammad Roem, Wahid Hasyim, and Abdul Kahar Muzakir.
- Kim, S., & Kim, Y. (2021). The influence of influencer credibility on consumer trust and purchase intention. *Journal of Business Research*, 132, 445–459.
- Lestari, Dwi. (2022). *Pengaruh Influencer Media Sosial terhadap Brand Trust di Kalangan Remaja*. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 15(1), 72-85.
- Lou, C., & Yuan, S. (2019). Influencer marketing: How message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. *Journal of Interactive Advertising*, 19(1), 58–73.
- Morissan. (2021). *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*.
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Pearson Education.
- Nurudin. (2013). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Purwitasari, U. (2023). Pengaruh label "Tasya Farasya Approved" pada katalog produk Luxcrime Blur and Cover Two Way Cake di Shopee terhadap minat beli yang dimoderasi brand awareness. *Jurnal Riset Pemasaran Digital*, 7(1), 75–89.
- Prasetyo, Andi. (2020). *Dampak Labelling Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 101-115.
- Raissa, N. Z., Barkah, C. S., Sukoco, I., & Novel, N. J. A. (2024). Analisis strategi endorsement influencer pada Brand X di sosial media. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 4(2), 583–589.
- Royan, F. (2019). Dimensi endorsement dalam strategi pemasaran. *Marketing Journal Indonesia*, 5(3), 22–33.
- Santoso, B. (2019). Peran labelling dalam meningkatkan citra merek dan kepercayaan konsumen. *Jurnal Pemasaran dan Branding*, 8(4), 45–57.

- Schouten, A. P., Janssen, L., & Verspaget, M. (2020). Celebrity vs. influencer endorsements in advertising: The role of identification, credibility, and product-endorser fit. *International Journal of Advertising*, 39(2), 258–281.
- Sari, Rina. (2021). *Pengaruh Endorsement Selebriti terhadap Kepercayaan Merek pada Produk Kosmetik*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(3), 45-60.
- Sugiyono. (2022). *Statistik untuk penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Surakhmad, W. (2020). *Pengantar penelitian ilmiah: Dasar, metode, dan teknik*. Bandung: Tarsito.
- Wardani. (2020). Definisi dan klasifikasi hipotesis dalam penelitian.

