BRAND LOVE SEBAGAI MEDIATOR PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *GLAD2GLOW* DI SHOPEE

BRAND LOVE AS A MEDIATOR OF THE INFLUENCE OF INFLUENCER MARKETING ON PURCHASING DECISIONS FOR GLAD2GLOW PRODUCTS ON SHOPEE

Oleh:
Windi Rahmawati
22416261201317

NON SKRIPSI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG
TAHUN 2026

BRAND LOVE SEBAGAI MEDIATOR PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *GLAD2GLOW* DI SHOPEE

BRAND LOVE AS A MEDIATOR OF THE INFLUENCE OF INFLUENCER MARKETING ON PURCHASING DECISIONS FOR GLAD2GLOW PRODUCTS ON SHOPEE

Oleh:
Windi Rahmawati
22416261201317

NON SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG
TAHUN 2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama **: Windi Rahmawati**

NIM **: 22416261201317**

Tanda Tangan **:**

Tanggal **: 14 April 2026**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Disusun oleh :

Nama	: Windi Rahmawati
NIM	: 22416261201317
Judul	: *Brand love* Sebagai Mediator Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2glow di Shopee

Menyetujui,

Pembimbing Utama,	Pembimbing Pendamping,
Dr. Citra Sayitri, S.E., M.M	Syifa Pramudita Faddila, S.ST., M.KM., M.M.
NIDN. 0214088301	NIDN. 0405059303

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Buana Perjuangan Karawang

Koordinator Program Studi

Dr. H. Suroso, S.E., M.M.
NIDN. 0402107707

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Windi Rahmawati

NIM : 22416261201317

Program Studi : Manajemen

Judul Tugas Akhir : *Brand love* Sebagai Mediator Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2glow di Shopee

DEWAN PENGUJI TUGAS AKHIR

Nama (TTD)		Tanda Tangan	Tanggal
Penguji 1	: Dr. Hj. Neni Sumarni, S.E., M.M	( )	4/5/2026
Penguji 2	: Syifa Pramudita Faddila, S.ST., M.KM., M.M.	( )	30-09-2026

Karawang, 14 April 2026

Mengetahui,

Dekan	Koordinator Program Studi
Dr. Citra Savitri, S.E., M.M	Dr. H. Suroso, S.E., M.M.
NIDN. 0214088301	NIDN. 0402107707

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama	: Windi Rahmawati
NIM	: 22416261201317
Program Studi	: Manajemen
Tahun Akademik	: 2025-2026

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan Tugas Akhir saya yang berjudul:

"*BRAND LOVE* SEBAGAI MEDIATOR PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW DI SHOPEE"

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Karawang, 14 April 2026



Windi Rahmawati

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Buana Perjuangan Karawang, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Windi Rahmawati

NIM : 22416261201317

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Tugas Akhir Non Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Buana Perjuangan Karawang **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

"*BRAND LOVE* SEBAGAI MEDIATOR PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW DI SHOPEE"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Buana Perjuangan Karawang berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Karawang

Pada tanggal : 14 April 2026

Yang menyatakan,

Windi Rahmawati

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT beserta junjungan-Nya Nabi Muhammad SAW, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang.

Pada kesempatan ini, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada Ibu Dr. Citra Savitri, S.E., M.M selaku pembimbing utama dan Ibu Syifa Pramudita Faddila, S.ST., M.KM., M.M. selaku pembimbing pendamping yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan selama ini serta motivasi kepada penulis yang kemudian membuka cakrawala berpikir penulis.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Yanti Tayo, S.Psi., M.I.Kom. selaku Ketua Yayasan Buana Pangkal Perjuangan Karawang.
2. Assoc. Prof. Dr. H. Budi Rismayadi, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Buana Perjuangan Karawang.
3. Dr. Citra Savitri, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang.
4. Dr. H. Suroso, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
5. Kepada seluruh Dosen dan Staf serta pihak-pihak lainnya yang membantu penulisan Tugas Akhir, penulis ucapkan banyak terima kasih.
6. Kepada Kedua orang tua tercinta Bapak Jumain dan Ibu Raimah, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis, dua orang yang menjadi sumber kekuatan disetiap langkah penulis, dua orang yang selalu mengusahakan anak perempuan ini untuk bisa menempuh pendidikan setinggi-tingginya meski mereka tidak pernah merasakannya. Terima kasih yang tak terhingga kepada bapak dan mama yang telah memberikan kasih sayang dan dukungan, memberikan banyak motivasi, nasehat, dan selalu mendoakan disetiap langkah penulis. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat mama dan bapak bahagia. Kepada Kakak perempuan penulis yaitu Nurjanah Indah Kusuma Wati, S.Pd., terima kasih selalu

membantu, memberikan dukungan, motivasi, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis.

7. Kepada sahabat terbaik, Alfiah, Salvyra, Renata, Shepya, Alfiyanti, Suci, dan teman-teman seperjuangan lainnya, perjumpaan kita di bangku perkuliahan adalah anugerah yang tak pernah penulis duga. Kalian bukan sekadar teman, melainkan sahabat yang selalu hadir di setiap fase perjalanan hidup penulis. Terima kasih untuk setiap tawa yang menguatkan, cerita yang menemani, dan kebersamaan yang membuat segala lelah terasa lebih ringan. Kepada Ibnu Malik Suteja sebagai partner skripsi dan perkuliahan akhir ini, terima kasih selalu sabar dalam menemani, membantu, meluangkan waktunya, tenaga dan pikirannya, serta memberikan dukungan dan motivasi nya hingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Karawang, 14 April 2026

Windi Rahmawati

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk analisis *Brand love* sebagai mediator Pengaruh Influencer marketing terhadap keputusan pembelian Produk Glad2Glow di Shopee. Hasil Berdasarkan analisis SEM-PLS, ditemukan kekuatan influencer marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Brand love* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, dengan dampak yang jauh lebih dominan serta nilai f-square yang sangat tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Studi ini menyimpulkan bahwa ikatan emosional dan kepuasan mendalam (*brand love*) merupakan faktor paling menentukan dalam keputusan pembelian Generasi Z dibandingkan dengan daya tarik figur publik (influencer). Kesuksesan Glad2Glow di pasar sangat bergantung pada kemampuannya untuk mendorong hubungan perasaan yang kuat dan pengalaman positif dengan konsumennya. Studi ini berkontribusi secara praktis bagi pemasar Glad2Glow agar perhatian lebih tertuju pada strategi memperkuat loyalitas emosional melalui konten yang dipersonalisasi dan menjaga kualitas produk. Secara teoritis, hasil ini memperkuat literatur tentang perilaku konsumen digital dan efektivitas pemasaran emosional di industri kosmetik lokal.

Kata kunci: *Influencer Marketing, Brand love,* Keputusan Pembelian, Glad2Glow, *Generation Z.*

ABSTRACT

This study aims to analyze Brand love as a mediator of the influence of Influencer marketing on purchasing decisions for Glad2Glow products on Shopee. Results: Based on SEM-PLS analysis, it was found that influencer marketing has a positive and significant influence on purchase decisions. Brand love also showed a positive and significant influence, with a far more dominant effect and a very high F-square value. Thus, it can be concluded that this study concludes that emotional bonds and deep satisfaction (brand love) are the most decisive factors in Generation Z's purchasing decisions compared to the appeal of public figures (influencers). Glad2Glow's success in the market heavily depends on its ability to foster strong emotional connections and positive experiences with its consumers. This study offers practical insights for Glad2Glow marketers to focus more on strategies to strengthen emotional loyalty through personalized content and maintaining product quality. Theoretically, these findings reinforce the literature on digital consumer behavior and the effectiveness of emotional marketing in the local cosmetics industry.

Keywords: *Influencer Marketing, Brand love, Purchase Decisions, Glad2Glow, Generation Z.*