

ABSTRAK Rizki Amalia Listiani NIM 2017176065 Analisis Penggunaan Influencer Di Media Sosial Instagram Dalam Keputusan Pembelian Produk Scarlett Skincare dibawah bimbingan Ibu Ni Luh Made Vinaya M, S.E., M.M

Di era globalisasi yang serba modern ini, membuat banyak masyarakat menggunakan internet dalam aktivitas mereka. Internet sangat memudahkan penggunaannya dalam berkomunikasi, mencari informasi, serta berbelanja. Adanya internet juga dimanfaatkan oleh perusahaan yang memproduksi produk tertentu untuk mempromosikan produknya dengan cara direct selling digital menggunakan jasa influencer. Salah satu contohnya yaitu perusahaan skincare. Promosi produk skincare dilakukan dengan bantuan influencer untuk membantu kegiatan pemasaran produk tersebut. Media Sosial yang paling banyak digunakan oleh influencer untuk mempromosikan suatu produk adalah dengan menggunakan media instagram. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui penilaian konsumen atas influencer yang mempromosikan produk skincare Scarlett dan untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen setelah melihat influencer produk skincare Scarlett. Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang sudah pernah membeli produk skincare Scarlett. Teknik Pengambilan sampel yang digunakan adalah not probability sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner kemudian data yang diperoleh dianalisis secara analisis deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa penggunaan influencer dalam mempromosikan produk skincare Scarlett dinilai baik dan disetujui oleh konsumen. Selain itu konsumen juga memutuskan untuk membeli produk skincare Scarlett setelah melihat promosi yang dilakukan oleh influencer melalui unggahannya di media sosial instagram. Kata kunci : Influencer, Instagram, Keputusan pembelian, Promosi. 8

ABSTRAK Rizki Amalia Listiani NIM 2017176065 Analisis Penggunaan Influencer Di Media Sosial Instagram Dalam Keputusan Pembelian Produk Scarlett Skincare dibawah bimbingan Ibu Ni Luh Made Vinaya M, S.E., M.M

In this modern era of globalization, many people use the internet in their activities. The internet makes it very easy for users to communicate, find information, and shopping. The existence of the internet is also used by companies that produce certain products to promote their products in a digital direct selling way using influencer services. One example is skincare company. Promotion of skincare products are done with influencer help to assist the marketing activities of the product. The most used social media by influencer to promote a product is use Instagram media. The purpose of this study is to determine consumer ratings of influencer who promote the Scarlett skincare product and to find out consumer purchasing decisions after seeing influencer Scarlett skincare product. The population in this study are people who have already bought the Scarlett skincare product. The sampling technique that used is not probability sampling. The data collection method used in this research is by using a questionnaire and then the data obtained is analyzed by descriptive analysis. Based on the research results obtained, it shows that the use of influencer in promoting the Scarlett skincare product rated good and approved by consumers. In addition, consumers also decide to buy the Scarlett skincare

product after seeing the promotions made by influencer through their uploads on social media Instagram. Keywords : Influencer, Instagram, Promotion, Purchase decision