

PENGARUH *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* AURORA RIBERO TERHADAP MINAT BELI PRODUK FOCALLURE DI KOTA BANDUNG

Ditulis Oleh :
Lulu Yulia Subarkah

Dibimbing Oleh :
Terra Saptina Maulani, SE., M. Si

ABSTRAK

Banyaknya brand lokal yang mulai bermunculan di Indonesia mengakibatkan persaingan yang sangat ketat pada brand kosmetik di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *Social Media Influencer* Aurora Ribero terhadap Minat Beli pada produk Focallure di Kota Bandung. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode deskriptif dan verifikatif. Dan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan *incidental sampling* dengan proses pada pengumpulan data yaitu dengan menyebarkan kuisioner kepada 96 responden dan diolah dengan menggunakan Program statistik SPSS versi 26. Hasil pengujian uji -t menunjukkan bahwa adanya pengaruh *social media influencer* Aurora Ribero terhadap minat beli pada produk Focallure. Dengan hasil koefisien determinasi (r^2) sebesar 0,567 atau sama dengan 56,7%. Artinya *social media influencer* Aurora Ribero (X) memiliki pengaruh terhadap minat beli (Y) pada produk Focallure di Kota Bandung sebesar 56,7%.

Kata Kunci : *Social Media Influencer*, Minat Beli.

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA INFLUENCER AURORA RIBERO OF
PURCHASE INTENTION ON FOCALLURE PRODUCT IN CITY OF BANDUNG***

Written by :
Lulu Yulia Subarkah

Preceptor :
Terra Saptina Maulani, SE., M. Si

ABSTRACT

Many local brands that appear in Indonesia leading to intense competition among cosmetics industry in Indonesia. This research is to find whether there is an influence between Social Media Influencer Aurora Ribero on Purchase Intention in Focallure Products in the City of Bandung. Research method in this research is descriptive and verification method. The sampling technique was using non-probability sampling with incidental sampling by collecting data by distributing questionnaires to 96 respondents. The data process for by using the SPSS statistical program version 26. Results of this study on the hypothesis testing is showed that there is an influence of social media influencer Aurora Ribero on purchase intention in Focallure product. The result of coefficient determination which is 0,567. This means that the social media influencer variable Aurora Ribero (X) has an influence on purchase intention (Y) for Focallure products in Bandung City by 56.7%.

Keywords : Social Media Influencer, Purchase Intention.