

ABSTRAK

Ajeng Sri Yulianti. 2023. Pengaruh *Influencer Endorsement* Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Kepuasan Pembelian (Suatu Studi pada Skincare Yufa Derma). Di bawah Bimbingan Bapak Mochamad Aziz Basari, S. Sos., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak Mukhtar Abdul Kader., S.E.,M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *influencer endorsement* dan daya tarik iklan terhadap kepuasan pembelian pada Skincare Yufa Derma. Permasalahan yang dihadapi meliputi: 1) Bagaimana pengaruh *influencer endorsement* terhadap kepuasan pembelian pada produk *Skincare Yufa Derma*. 2) Bagaimana pengaruh *daya tarik iklan* terhadap kepuasan pembelian pada produk *Skincare Yufa Derma*.

3) Bagaimana pengaruh *influencer endorsement* dan daya tarik iklan terhadap kepuasan pembelian pada produk *skincare Yufa Derma*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis asosiatif/verifikatif (koefisien korelasi *product moment*, koefisien determinasi, uji t, regresi linear sederhana, koefisien korelasi berganda, uji f dan regresi berganda). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *influencer endorsement* dan daya tarik iklan berpengaruh terhadap kepuasan pembelian yang ditunjukkan dari hasil analisis asosiatif/verifikatif bahwa koefisien korelasi berganda, *influencer endorsement* dan daya tarik iklan memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan pembelian. Sedangkan untuk hipotesis penelitian berpengaruh signifikan dan teruji kebenarannya. Artinya apabila *influencer endorsement* dan daya tarik iklan sudah baik, maka kepuasan pembelian akan meningkat. Dengan demikian hipotesis ketiga dapat diterima dan teruji kebenarannya. Diharapkan Owner Toko Skincare Yufa Derma kepada para *influencer* dalam mengendors produk melalui media sosial dapat lebih menyakinkan konsumennya terkait keunggulan produk, mempromosikan produknya melalui iklan untuk lebih menonjolkan kualitas produk dan menampilkan ciri khas produknya dengan cara memberikan informasi secara jelas yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kepuasan pembelian.

Kata Kunci :*Influencer Endorsement, Daya Tarik Iklan, Kepuasan Pembelian.*