

**PENGARUH KEAHLIAN DAN DAYA TARIK *BEAUTY INFLUENCER*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE***  
(Suatu Studi pada Konsumen Produk Avoskin *Perfect Hydrating Treatment  
Essence*)

**ARTIKEL**

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Strata Satu



Oleh,

**DISSI NOER YULIANTY**  
NIM. 3402180497

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH  
TAHUN 2022**

# **PENGARUH KEAHLIAN DAN DAYA TARIK *BEAUTY INFLUENCER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE***

**(Suatu Studi pada Konsumen Produk Avoskin *Perfect Hydrating Treatment Essence*)**

Dissi Noer Yulianty

Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

[Dissinoer16@gmail.com](mailto:Dissinoer16@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Keahlian dan Daya Tarik *Beauty Influencer* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* (Suatu Studi pada Konsumen Produk Avoskin *Perfect Hydrating Treatment Essence*). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini adalah: 1). Bagaimana besaran pengaruh keahlian *beauty influencer* terhadap keputusan pembelian produk *skincare*?; 2). Bagaimana besaran pengaruh daya tarik *beauty influencer* terhadap keputusan pembelian produk *skincare*?; 3). Bagaimana besaran pengaruh keahlian dan daya tarik *beauty influencer* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk *skincare*? Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1). Besaran pengaruh dari keahlian *beauty influencer* terhadap keputusan pembelian produk *skincare*; 2). Besaran pengaruh dari daya tarik *beauty influencer* terhadap keputusan pembelian produk *skincare*; 3). Besaran pengaruh dari keahlian dan daya tarik *beauty influencer* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk *skincare*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Untuk menganalisis data yang diperoleh, digunakan metode Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Koefisien Determinasi, serta Analisis Regresi Linier Berganda. Sedangkan untuk Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikansi yakni Uji t dan Uji F. Hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa keahlian dan daya tarik *beauty influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare*. Artinya semakin baik keahlian dan daya tarik *beauty influencer* maka keputusan pembelian produk Avoskin PHTE semakin tinggi. Adapun besarnya pengaruh adalah 80.64% dan sisanya 19.36% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Perusahaan produk *skincare* diharapkan agar selalu memperhatikan keahlian dan daya tarik *beauty influencer* yang membawakan produknya sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci: Keahlian, Daya Tarik, *Beauty Influencer*, Keputusan Pembelian**