

INTISARI

Pertumbuhan angka pengguna media sosial membentuk tren dan strategi pemasaran baru yaitu menggunakan media sosial sebagai saluran untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan pelanggan. Instagram merupakan salah satu media sosial yang diminati karena memiliki berbagai fitur yang menarik, serta menyuguhkan konten-konten penggunaannya dari seluruh dunia. Konten dukungan merek yang efektif di Instagram menghasilkan tanggapan konsumen yang positif. Salah satunya industri kecantikan di Indonesia yang sering diperbincangkan di dunia maya. Produk Emina cukup populer diperbincangkan di media sosial dan menduduki peringkat keempat dalam survei kosmetik secara daring. Emina menargetkan anak remaja sebagai segmen pasar kosmetiknya. Penelitian dengan metode kuantitatif dengan cara survei ini menyebarkan kuesioner secara daring kepada remaja perempuan berusia 12-22 tahun yang berdomisili di Yogyakarta, memiliki akun Instagram, memiliki ketertarikan pada kosmetik, dan belum pernah membeli produk kosmetik merek Emina. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari lima atribut pendukung pada selebriti Instagram yaitu kepercayaan, keahlian, daya tarik, rasa hormat, dan keserupaan, keseluruhannya memiliki pengaruh positif pada sikap konsumen. Hubungan antravariabel yang berpengaruh terkuat secara langsung diberikan oleh variabel kepercayaan diikuti variabel daya tarik, keserupaan, dan keahlian. Sementara variabel rasa hormat tidak terbukti memiliki pengaruh signifikan pada sikap konsumen. Dan variabel sikap berpengaruh positif signifikan pada niat beli konsumen.

Kata kunci: atribut pendukung, kepercayaan, keahlian, daya tarik, rasa hormat, keserupaan, selebriti Instagram, sikap, niat beli

ABSTRACT

The growth of social media users forms a new marketing trend and strategy by using social media as a channel to communicate and interact with customers. Instagram is one of the social media that is in demand because it has various interesting features, as well as presenting user content from all over the world. Effective branding content on Instagram generates positive consumer feedback. One of them is the beauty industry in Indonesia which is often discussed in cyberspace. Emina's products are quite popular to be discussed on social media and are ranked fourth in a bold cosmetic survey. Emina targets teenagers as her cosmetic market segment. This research with quantitative methods by means of this survey boldly spreads to young girls aged 12-22 years who live in Yogyakarta, Instagram accounts, have an interest in cosmetics, and have never bought Emina brand cosmetic products. The results showed that of the five supporting attributes on Instagram celebrities, namely trustworthiness, expertise, attractiveness, respect, and similarity, all of them had a positive influence on consumer attitudes. The relationship between variables that have the strongest direct effect is given by the trust variable followed by the attractiveness, similarity, and expertise variables. While the respect variable is not proven to have a significant effect on consumer attitudes. And the attitude variable has a significant positive effect on consumers' purchase intentions.

Keywords: endorser attributes, trustworthiness, expertise, attractiveness, respect, similarity, celebrity Instagram, attitude, purchase intention