

The Effect Of Endorsement On Interest In Buying Halal Skin Care Products In Jabodetabek Students

By Zalfa Zahirah Adhania

Abstract

The increasing number of internet users in Indonesia in 2019-2020 is growing rapidly with public interest in instagram social media, which makes it a modern business marketing trend, namely endorsement. With the influence of endorsements, it makes profits for various parties, especially business people who sell their products on Instagram social media. Buying interest in halal skin care products is a very important concern for prospective Muslim consumers in consuming halal products. This study aims to examine the effect of endorsement on the interest in buying halal skin care among Jabodetabek students. This research method uses a quantitative approach with sampling through purposive sampling method which is tested on 100 active student respondents who have purchased halal skin care products. The data collection instrument used a questionnaire with a Likert scale. The analysis technique uses multiple linear regression, assisted by the SPSS 25 program. The results of the study conclude that there is a significant influence between endorsement and halal products on buying interest.

Keywords: endorsement, instagram, purchase interest, halal products.

Pengaruh *Endorsement* Terhadap Minat Membeli Produk Skin *Care Halal* Di Kalangan Mahasiswa Jabodetabek

Oleh Zalfa Zahirah Adhania

Abstrak

Meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019-2020 sangat berkembang pesat akan ketertarikan masyarakat terhadap media sosial *instagram*, yang menjadikannya trend pemasaran bisnis modern yaitu *endorsement*. Dengan adanya pengaruh *endorsement* membuat keuntungan di berbagai pihak, khususnya para pelaku usaha yang menjual produk mereka di media sosial *instagram*. minat membeli terhadap produk *skin care* halal menjadi perhatian yang sangat penting bagi para calon konsumen muslim dalam mengomsumsi produk halal. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *endorsement* terhadap minat membeli *skin care* halal di kalangan mahasiswa jabodetabek. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan sampel melalui metode *purposive sampling* yang diujikan kepada 100 responden mahasiswa aktif yang telah melakukan pembelian produk *skin care* halal. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *likert*. Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda, dibantu dengan program SPSS 25. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *endorsement* dan produk halal terhadap minat membeli.

Kata kunci : *endorsement*, *instagram*, minat membeli, produk halal