

***The Effect of Selebgram Endorsement and Product Quality on Purchase Intention
of Halal Body Care Products***

By Kurnia Febriyanti

Abstract

Endorsements are now increasingly popular among Instagram users because they can provide benefits for producers and consumers. Product quality must also be considered if you want to make consumers interested in these products because consumers will feel satisfied if the products offered have high quality. This study aims to determine and provide an explanation of the influence of celebrity endorsement factors and product quality on interest in buying halal body care products. This research uses quantitative methods. The population in this study are women who use Instagram in the Greater Jakarta area. The sample used as many as 208 respondents with purposive sampling method. The data analysis technique uses SmartPLS. The results of this study are that respondents will still be interested in the required halal bodycare products even though they are not endorsed by celebgram, celebrity endorsements have no significant effect. Product quality is important for consumers in choosing halal body care products, product quality has a significant effect. The limitations of this study are that this study only uses 2 independent variables and the coverage area is only in Jabodetabek. This research is expected to be a consideration for business people, especially producers to reduce promotional costs through celebrity endorsements and transfer these costs to improve the quality of bodycare products and provide innovation so that these products can always meet the needs of consumers' skin.

Keywords : *endorsement selebgram, product quality, purchase intention*

Pengaruh *Endorsement* Selebgram Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk *Body Care* Halal

Oleh Kurnia Febriyanti

Abstrak

Endorsement kini semakin populer dikalangan pengguna instagram karena dapat memberikan keuntungan bagi produsen maupun konsumen. Kualitas produk juga harus diperhatikan jika ingin membuat konsumen tertarik terhadap produk tersebut karena konsumen akan merasa puas apabila produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta memberikan penjelasan mengenai pengaruh dari faktor *endorsement* selebgram dan kualitas produk terhadap minat beli produk *body care* halal. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini merupakan wanita pengguna instagram di wilayah Jabodetabek. Sampel yang digunakan sebanyak 208 responden dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan SmartPls. Hasil dari penelitian ini yaitu responden akan tetap berminat pada produk *bodycare* halal yang dibutuhkan meskipun tidak di endorse oleh selebgram, *endorsement* selebgram tidak berpengaruh signifikan. Kualitas produk merupakan hal penting bagi konsumen dalam memilih produk *body care* halal, kualitas produk berpengaruh signifikan. Keterbatasan pada penelitian ini yaitu penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel bebas saja dan cakupan wilayah hanya di Jabodetabek. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi para pelaku bisnis terutama produsen untuk mengurangi biaya promosi melalui *endorsement* selebgram dan mengalihkan biaya tersebut untuk meningkatkan kualitas produk *bodycare* dan memberikan inovasi agar produk tersebut dapat selalu memenuhi kebutuhan kulit tubuh para konsumen

Kata Kunci : *endorsement* selebgram, kualitas produk, minat beli