

## ABSTRAKSI

Perkembangan teknologi mengakibatkan berubahnya praktik pemasaran. Salah satu fenomena yang muncul akibat perkembangan teknologi ini adalah *Influencer Endorsement* atau *Influencer Marketing*. *Influencer Endorsement* adalah praktik pemasaran di mana banyak pemasar mulai beralih dari penggunaan selebriti ke penggunaan *Social Media Influencer* sebagai *endorser* produk atau merek mereka di berbagai industri. Di sisi lainnya, industri mode di Indonesia terus bertumbuh pesat. Dengan semakin berkembangnya suatu industri, maka semakin dibutuhkan keunggulan kompetitif untuk dimiliki perusahaan-perusahaan di dalamnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menentukan faktor-faktor apa saja yang penting dan dibutuhkan dalam karakteristik seorang *Social Media Influencer* sebagai *endorser* dalam industri mode. Faktor-faktor ini kemudian dapat digunakan oleh merek dan perusahaan mode untuk mengevaluasi *Social Media Influencer* sebelum memilih mereka sebagai *endorser* produk mode.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah penduduk Indonesia yang mengikuti *Social Media Influencer* di bidang mode. Sampel dipilih secara acak dengan metode non-probabilitas, *purposive sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 104 responden. Analisis data untuk penelitian ini menggunakan *Exploratory Factor Analysis* (EFA).

Jumlah faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah 6 faktor yang diadopsi kemudian dikombinasikan oleh peneliti dari penelitian-penelitian sebelumnya. Setelah melakukan analisis menggunakan EFA, ada 5 faktor baru yang diperoleh, yaitu *Congruence*, *Expertise*, *Popularity*, *Trustworthiness*, dan *Power*, dalam urutan kepentingan. Lima faktor ini adalah faktor-faktor penting dalam

karakteristik *Social Media Influencer* sebagai endorser di bidang mode yang perlu diperhatikan pemasar sebelum memilih mereka sebagai *endorser* produk mode.

**Kata kunci:** *Social Media Influencer, Influencer Marketing, Influencer Endorsement, Fashion Industry, Factor Analysis.*