

ABSTRAK

Masyarakat saat ini menyadari tentang pentingnya kesehatan kulit terutama pada wajah. Hal ini terjadi pada industri perawatan kulit yaitu munculnya skincare. Some By Mi sebagai salah satu merek kecantikan produk dalam industri perawatan kulit yang memberikan perubahan pada dunia. Some By Mi memanfaatkan hal tersebut dengan inovasi-inovasi produknya yang membantu mengatasi mencapai kulit yang sehat dan cantik. Some By Mi juga memiliki komitmen dengan memberikan solusi efektif dengan menggunakan bahan-bahan alami dan aman bagi kulit. Pengguna Skincare juga diberbagai kalangan baik generasi milenial maupun generasi Z. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampelnya dengan teknik nonprobability sampling terhadap 100 responden yang didapatkan melalui penyebaran kuisioner secara online pada sosial media berupa Whatsapp, Twitter, Line dan Instagram menggunakan google form. Data analisa menggunakan teknik analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan alat bantuan program SPSS versi 26.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif ketiga variabel yang diteliti tersebut yaitu brand ambassador, sosial media marketing dan keputusan pembelian maka masuk dalam kategori sangat baik, dengan persentase masing-masing yaitu brand ambassador 89,7%, sosial media marketing 91,1% dan keputusan pembelian 89,8%. Variabel brand ambassador dan sosial media marketing memberikan pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Selain itu, variabel brand ambassador dan sosial media marketing masing-masing memberikan pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Brand Ambassador, Sosial Media Marketing, Keputusan Pembelian