BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Extended Abstract

Industri kecantikan Indonesia tengah mengalami pertumbuhan yang pesat, didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya perawatan diri, daya beli yang semakin baik, serta peran media sosial yang kuat dalam membentuk tren kecantikan. Seiring dengan itu, konsumen semakin mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan keaslian dalam memilih produk, terutama dikalangan generasi muda yang peduli terhadap nilai-nilai etis dan dampak lingkungan. Kondisi ini membuat persaingan di pasar skincare semakin ketat, mendorong brand lokal seperti avoskin untuk mengembangkan strategi yang menggabungkan pemasaran melalui influener yang autentik dan komitmen terhadap keberlanjutan.

Influencer Authenticity (IA) yang tercemin dari transparansi, kredibilitas, keunikan, dan konsistensi dalam menyampaikan pesan mampu membangun kepercayaan konsumen. Sementara itu, *Sustainability Experience Values* (SEV) yang mencakup aspek lingkungan, kemasan etis, spiritualitas, dan empati sosial berperan dalam menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat dengan konsumen. Dalam konteks ini, *Driving Repurchase* (DR) berperan sebagai variabel dependen yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh *Influencer Authenticity* (IA) dan *Sustainability Experience Values* (SEV) terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian ulang. Variabel ini mencerminkan perilaku konsumen dalam mempertahankan penggunaan produk dari merek yang sama berdasarkan tingkat kepuasan, kepercayaan, persepsi kualitas, dan loyalitas yang dirasakan.

Untuk mengkaji sejauh mana kedua faktor tersebut memengaruhi keputusan *Driving Repurchase* (DR), penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kepada 158 konsumen Avoskin di Bandung yang telah melakukan pembelian minimal dua kali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dan data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling Partial Least Squares* (SEM PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 3.0. *Influencer Authenticity* (IA) diukur melalui dimensi transparansi, kredibilitas, keunikan, dan konsistensi, sedangkan *Sustainability Experience Values* (SEV) mencakup aspek keberlanjutan, spiritualitas, kemasan etis, dan empati sosial. *Driving Repurchase* (DR) meliputi kepuasan, kepercayaan, kualitas yang dirasakan, dan loyalitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik *Influencer Authenticity* (IA) maupun *Sustainability Experience Values* (SEV) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Driving Repurchase* (DR). Hal ini menegaskan bahwa konsumen lebih cenderung

kembali membeli produk ketika mereka merasa terhubung secara emosional dan nilai dengan merek yang mereka pilih. Secara akademik, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai perilaku konsumen dengan menambahkan dimensi sosial dan etis ke dalam model penerimaan teknologi. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi perusahaan untuk merancang strategi branding dan pemasaran yang lebih relevan dengan nilai-nilai konsumen masa kini.

1.2 Penjadwalan Kerja

Penjadwalan kegiatan ini dirancang dalam jangka waktu kurang lebih tujuh bulan, dimulai dari bulan November hingga bulan juni. Se;uruh rangkaian kegiatan disusun secara terstruktur, dengan mempertimbangkan setiap tahapan yang diperlukan dalam penyusunan tugas akhir, mulai dari perencanaan awal bingga proses publikasi.

Diawali pada bulan November dengan penentuan dan pengajuan judul. Setelah judul disetujui oleh dosen pembimbing, penulis mulai menyusun bab 1 pada minggu ketiga bulan yang sama. Proses ini dilanjutkan dengan penyusunan bab 2 yang berlangsung sepanjang bulan desember hingga pertengahan bulan januari.

Setelah bab1 dan 2 selesai disusun, penulis melanjutkan tahap revisi berdasarkan hasil bimbingan. Kegiatan revisi ini dilakukan pada akhir januari hingga awal februari untuk memastikan bahwa isi kedua bab tersebut telah sesuai dengan arahan pembimbing. Setelah revisi diselesaikan, penulis mulai menyusun bab 3 secara bertahap selama bulan februari.

Memasuki bulan maret, penulis mulai meyusun draft jurnal secara keseluruhan sebagai langkah awal menuju publikasi. Pada waktu yang bersamaan,, dilakukan penyebaran kuesioner sebagai bagian dari proses pengumpulan data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Kegiatan berlanjut pada bulan April, di mana fokus diarahkan pada proses pengolahan data hasil kuesioner. Pada tahap ini, penulis juga menyusun Bab 4 dan Bab 5 secara paralel, sambil tetap melakukan konsultasi dan revisi untuk menjaga kualitas isi dan alur penulisan.

Seluruh isi tugas akhir kemudian direvisi secara menyeluruh pada bulan Mei, berdasarkan catatan dan masukan dari dosen pembimbing. Proses ini dilakukan secara bertahap agar hasil akhir yang diperoleh dapat disajikan secara maksimal. Setelah itu, penulis menyelesaikan penulisan naskah jurnal akhir dan mengirimkannya ke publisher (submit) pada minggu terkahir bulan mei.

Setelah naskah dikirimkan, penulis menerima hasil review dari pihak publisher. Beberapa penyesuaian kecil dilakukan untuk memastikan kesesuaian format dan

kelengkapan administrasi. Setelah seluruh proses tersebut dilalui, penulis menerima Letter of Acceptance (LoA) pada bulan juni sebagai bukti bahwa naskah telah diterima secara resmi untuk dipublikasikan.

Tabel 1. 1 Tabel Pelaksanaan Kerja

No	Deskripsi Kerja	November				Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul pertama																																
2	Acc judul dan pengerjaan BAB 1																																
3	Pengerjaan BAB 2																																
4	Pengerjaan Revisi BAB 1 dan 2																																
5	Pengerjaan Bab 3																																
6	Pengerjaan Revisi bab 3 dan mulai menyusun draft jurnal																																
7	Mengerjakan Penyebaran Kuesioner																																
8	Pengerjaan Bab 4-5 dan pengerjaan final jurnal																																
9	submit jurnal																																
10	Tahap Review																																
11	Mendapatkan LoA																																