

ABSTRAK

Perkembangan digitalisasi telah mengubah strategi pemasaran dengan munculnya *influencer marketing*, khususnya melalui platform seperti TikTok dan Instagram. Kredibilitas influencer yang mencakup *trustworthiness*, *expertise*, dan *attractiveness* berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama untuk produk skincare seperti Skintific. Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya hanya melihat dampak langsung kredibilitas influencer tanpa mempertimbangkan peran variabel mediasi seperti niat beli. Selain itu, studi terkait efektivitas kredibilitas *influencer* dalam konteks produk *skincare* di Indonesia masih terbatas.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kredibilitas *influencer* media sosial yang terdiri dari dimensi *trustworthiness*, *expertise*, dan *attractiveness* terhadap perilaku pembelian konsumen produk Skintific di Indonesia, dengan niat pembelian sebagai variabel mediasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 327 responden pengguna media sosial yang pernah melihat promosi produk Skintific oleh *influencer* Tasya farasya. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *trustworthiness*, *expertise*, dan *attractiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* dan *purchase behavior*. Selain itu, variabel *purchase intention* terbukti memediasi pengaruh *trustworthiness* dan *expertise* terhadap *purchase behavior*. Kendati demikian, ditemukan dalam penelitian ini bahwa variabel *purchase intention* tidak terbukti memediasi pengaruh *attractiveness* terhadap *purchase behavior*.

Temuan ini memberikan kontribusi pada literatur pemasaran digital serta memberikan implikasi strategis bagi perusahaan dalam memilih *influencer* yang tepat untuk meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran mereka.

Kata Kunci: *attractiveness*, *expertise*, *purchase behavior*, *purchase intention*, *Skintific*, *trustworthiness*