

ABSTRACT

PERGESERAN PENGGUNAAN *SKINCARE* PADA PRODUK SOMETHINC TERHADAP *KOREAN BRAND AMBASSADOR* (STUDI KASUS: KONSUMEN *SIGER BEAUTY*)

Oleh

NABILAH ARDELIA PUTRI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa serta mengkaji pergeseran penggunaan *skincare* pada produk *somethinc* terhadap pada konsumen *siger beauty*. Latar belakang penelitian ini adalah banyaknya pilihan *skincare* membuat para konsumen lebih selektif dalam memilih *brand skincare*. Salah satunya produk *somethinc* yang menjadi pilihan konsumen yang berhasil menarik perhatian konsumen dengan menggunakan *Korean Brand Ambassador*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen *siger beauty*. Terdapat dua metode pengujian instrument penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah uji korelasi dan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara dan pergeseran penggunaan *skincare* pada produk *somethinc* yaitu sebesar 71,8% dengan koefisien regresi variabel *Korean Brand Ambassador Somethinc* sebesar 0,088 dan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,718. Hal ini sesuai dengan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa diduga terdapat pengaruh signifikan antara terhadap pergeseran penggunaan produk *skincare* *Somethinc*.

Kata Kunci: *Skincare, Brand ambassador, Pergeseran.*

ABSTRACT

PERGESERAN PENGGUNAAN *SKINCARE* PADA PRODUK SOMETHINC TERHADAP *KOREAN BRAND AMBASSADOR* (STUDI KASUS: KONSUMEN *SIGER BEAUTY*)

By

NABILAH ARDELIA PUTRI

This study aims to analyze the shift in the use of skincare in something products towards siger beauty consumers. The background of this research is that the many choices of skincare make consumers more selective in choosing skincare brands. one of them is the something product which is the choice of consumers who has succeeded in attracting the attention of consumers by using Korean Brand Ambassadors. This study uses a quantitative research method with a correlational approach. Data collection was carried out by distributing questionnaires to siger beauty consumers. There are two research instrument testing methods, namely validity testing and reliability testing. The data analysis method used is the correlation test and simple linear regression analysis. The results showed 71.8% the shift in the use of skincare to something products with a variable regression coefficient for the Korean Brand Ambassador Something of 0.088 and a coefficient of determination (R Square) of 0.718. This is consistent with this study hypothesis that stated suspected that there is significant influence effects between the shift in the use of skincare to something products

Keywords: Skincare, Brand ambassador, Shift.