

ABSTRAK

PENGARUH *ENDORSEMENT MICRO INFLUENCER* DAN PERSEPSI *AUTHENTICITY* TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN GEN Z DI BANDAR LAMPUNG PADA PRODUK *HAND BODY LOTION* MARINA DI INSTAGRAM

Oleh

Azizah Amalia Putri

Pada era ini, *micro influencer* dalam pemasaran digital, dengan fokus pada persepsi keaslian *authenticity* memiliki peran penting dari sudut pandang konsumen. *Micro influencer*, yang memiliki jumlah pengikut yang relatif kecil, tetapi terlibat aktif dalam topik tertentu, menjadi semakin populer dalam kampanye pemasaran merek. Masalahnya dari *micro influencer* dan persepsi *authenticity* adalah tidak memberikan tujuan yang jujur karena produk tidak diberikan informasi sesuai dengan kualitasnya dan dapat menimbulkan masalah modifikasi produk sehingga hilangnya *authenticity* pada produk, hal ini bertujuan untuk menguji pengaruh *endorsement* oleh *micro influencer* dan persepsi *authenticity* terhadap niat beli konsumen Generasi Z di Bandar Lampung terhadap produk *hand body lotion* Marina melalui platform Instagram. Pengaruh *endorsement* oleh *micro influencer* sebagai salah satu strategi pemasaran telah menjadi perhatian penting dalam industri pemasaran digital saat ini. Sementara itu, persepsi *authenticity*, yang mencerminkan keaslian dan kepercayaan konsumen terhadap pesan yang disampaikan, juga memegang peranan krusial dalam memengaruhi perilaku beli konsumen. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui survei online kepada sampel konsumen Gen Z di Bandar Lampung yang menggunakan Instagram. Teknik analisis dan olah data menggunakan SPSS 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *endorsement* oleh *micro influencer* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat beli konsumen Gen Z di Bandar Lampung terhadap produk *hand body lotion* Marina di Instagram. Dan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kedua variabel independen, berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pemahaman tentang perilaku beli konsumen Gen Z dalam konteks pemasaran digital, khususnya dalam menggunakan *endorsement* oleh *micro influencer* dan persepsi *authenticity*. dari penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian dan meningkatkan niat beli konsumen.

Kata kunci: *Endorsement, Micro Influencer, Persepsi Authenticity, Niat Beli, Konsumen Gen Z, Hand Body Lotion, Marina, Instagram*

ABSTRACT

"THE INFLUENCE OF MICRO INFLUENCER ENDORSEMENT AND AUTHENTICITY PERCEPTION ON GEN Z CONSUMERS' PURCHASE INTENTION IN BANDAR LAMPUNG ON MARINA HAND BODY LOTION PRODUCTS ON INSTAGRAM"

By

Azizah Amalia Putri

This study investigates the role of micro influencers in digital marketing, focusing on consumer perceptions of authenticity. Micro influencers, who have a relatively small following but are highly engaged in specific niches, have become increasingly popular in brand marketing campaigns. This research explores how consumers interpret the authenticity of content generated by micro influencers, considering factors such as trust, engagement, and personal closeness. The study aims to examine the influence of micro influencer endorsements and authenticity perceptions on purchase intention among Generation Z consumers in Bandar Lampung regarding Marina hand body lotion via the Instagram platform. The influence of micro influencer endorsements as a marketing strategy has become a significant concern in the digital marketing industry. Meanwhile, authenticity perception, reflecting consumers' trust and belief in the conveyed message, also plays a crucial role in influencing consumer purchasing behavior. This research utilizes a quantitative approach with data collected through online surveys targeting Generation Z consumers in Bandar Lampung who use Instagram. Data analysis is conducted using SPSS 29. The research findings indicate that endorsement by micro influencers significantly influences the purchase intention of Generation Z consumers in Bandar Lampung towards Marina hand body lotion on Instagram. Multiple linear regression analysis shows that both independent variables positively and significantly affect consumer purchase intention. This study contributes significantly to understanding Generation Z consumer buying behavior in the context of digital marketing, particularly in the use of micro influencer endorsements and authenticity perceptions. Insights from this research can assist companies in designing effective marketing strategies to attract and enhance purchase intention among Generation Z consumers in the hand body lotion market.

Keywords: *Endorsement, Micro Influencer, Perception of Authenticity, Purchase Intention, Gen Z Consumers, Hand Body Lotion, Marina, Instagram.*