

Abstrak

Di era sekarang ini, semakin banyak teknologi pemasar yang memberikan kemudahan dalam memasarkan produk yang ingin di pasarkan. *Influencer* dan pemasaran digital saat ini sedang populer dan banyak di gunakan. Konteks penelitian ini ingin mengetahui *Influencer* dalam Pemasaran digital mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa UNPRI pengguna produk skincare dengan menggunakan metode kualitatif. Dimana mencari, menganalisa, mencatat dan menjabarkan perspektif subjek dengan observasi dan wawancara kepada mahasiswa UNPRI pengguna skincare. Dapat disimpulkan *Influencer* dalam pemasaran digital membantu mahasiswa UNPRI untuk dapat mencari informasi, mengevaluasi, memilih dan menggunakan produk skincare yang ingin digunakan tetapi mereka harus melakukan riset yang memang akurat tentang produk skincare yang digunakan.

Kata kunci :Influencer.Pemasaran digital dan Produk skincare

Abstract

In today's era, there are more and more marketing technologies that make it easy to market the products you want to market. Influencers and digital marketing are currently popular and widely used. The context of this research is to find out that influencers in digital marketing influence purchasing decisions of UNPRI students who use skincare products using qualitative methods. Where to look for, analyze, record and describe subject perspectives by observing and interviewing students UNPRI uses skincare. It can be concluded that influencers in digital marketing help UNPRI students to be able to find information, evaluate, choose and use the skincare products they want to use, but they must do research that is accurate about the skincare products used.

Keywords: Influencers. Digital marketing and skincare products