

ABSTRAK

Penelitian tersebut merupakan penelitian yang berusaha mengungkap apakah terdapat pengaruh antara Celebrity Trustworthiness, Expertise dan Atractiveness terhadap Purchase intention dengan menggunakan Celebrity Credibility sebagai variable moderasi. Penelitian tersebut merupakan penelitian jenis kuantitatif dengan memperoleh hasil kuesioner dari responden sebanyak 190 orang, Adapun objek dari penelitian tersebut adalah followers dari Beauty Influencer yaitu Tasya Farasya, Nada Arsyinta dan Abel Cantika yang menggunakan makeup skintific dan juga something karna atas rekomendasi dari ketiga Influencer tersebut. Dari hasil tersebut diperoleh bahwa Celebrity Trustworthiness, Expertise dan Atractiveness dapat mempengaruhi Purchase intention dengan Celebrity Credibility yang memperkuat pengaruh tersebut.

Keyword : Celebrity,Trustworthiness, Expertise, Atractiveness, Purchase intention , Celebrity Credibility.