

ABSTRAK

Screamous Bandung merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang *fashion* pria maupun wanita. Produk-produk yang diproduksi oleh Screamous Bandung dalam memenuhi kebutuhan *fashion* bagi masyarakat luas terutama target pasarnya adalah anak muda, produk Screamous seperti *T-Shirt, Shirt, Sweater, Polo Shirt, Jacket, dan Accessories*, pada Screamous Bandung ditemukan beberapa masalah mengenai *visibility, credibility* dan *power influencer* yang digunakan dalam *endorsement influencer* yang masih kurang dikenal masyarakat sehingga tidak memberikan informasi produk kepada konsumen dengan baik, hal ini tentu akan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Screamous Bandung.

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh *endorsement influencer* terhadap minat beli pada produk *fashion* Screamous Bandung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dalam penelitian ini data yang dibutuhkan merupakan data yang bersumber dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data pada penelitian ini digunakan dengan cara observasi, wawancara serta memberikan kuisioner kepada konsumen Screamous dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, sehingga pada teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian, bahwa terdapat pengaruh yang positif antara *endorsement influencer* terhadap minat beli pada produk *fashion* Screamous Bandung, serta menunjukkan bahwa dengan demikian kontribusi atau pengaruh *endorsement influencer* terhadap minat beli pada produk *fashion* Screamous adalah sebesar 52%, dan sisanya yaitu 48% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel *endorsement influencer*. Adanya hambatan-hambatan dalam pelaksanaan *endorsement influencer* pada Screamous Bandung yaitu bekerja sama dengan beberapa pihak *influencer* yang tidak sesuai yang diberikan arahan atau aturan dari Screamous sehingga sering terjadi putus kontrak dengan *influencer*.

Saran dari peneliti sebaiknya perusahaan memilih *influencer* yang sesuai dengan image dari Screamous, memilih *influencer* yang banyak dikenali oleh masyarakat luas, memilih *influencer* yang sedang di gandrungi oleh kalangan anak muda.

Kata Kunci : Endorsement Influencer dan Minat Beli

ABSTACT

Screamous Bandung is a business that is engaged in men's and women's fashion. The products produced by Screamous Bandung in meeting the fashion needs of the wider community, especially the target market are young people, Screamous products such as T-Shirts, Shirts, Sweaters, Polo Shirts, Jackets, and Accessories, At Screamous Bandung, several problems were found regarding visibility, credibility and influencer power used in influencer endorsements which are still not well known to the public so they do not provide product information to consumers properly, this will certainly affect buying interest. consumers at Screamous Bandung.

The purpose of this research is to determine the effect of endorsement influencers on buying interest in Screamous Bandung fashion products. The research method used as collateral in this research is quantitative with descriptive research type. In this research, the data needed is data that comes from primary data and secondary data. Data collection in this study was used by means of observation, interviews and providing questionnaires to Screamous consumers with a total of 100 respondents, so that the sampling technique used the slovin formula.

Based on the data obtained from the results of the study, that there is a positive influence between endorsement influencers on buying interest in Bandung screamous fashion products, and shows that thus the contribution or influence of endorsement influencers on buying interest in scrasmous fashion products is 52%, and the remaining 48% is influenced by other factors outside the endorsement influencer variable. There are obstacles in the implementation of influencer endorsements at Screamous Bandung, namely collaborating with several influencer parties who do not comply with the directions or rules from Screamous so that frequent termination of contracts with influencers.

Suggestions from researchers are that the company, chooses influencers that match the image of Screamous, chooses influencers who are widely recognized by the wider community, and chooses influencers who are being loved by young people.

Keywords : Endorsement Influencer and buying interest

ABSTRAK

Screamous Bandung mangrupikeun usaha anu ngusahakeun busana lalaki sareng awéwé. Produk anu dihasilkeun ku Screamous Bandung dina nyumponan kabutuhan busana masarakat anu leuwih lega hususna pasar sasaran nyaéta para nonoman, produk Screamous saperti Kameja, Kaos, Sweater, Kaos Polo, Jacket, jeung Asesoris, di Screamous Bandung kapanggih sababaraha masalah ngeunaan visibilitas, kredibilitas jeung kakuatan *influencer* anu dipaké dina *endorsement influencer* anu masih teu dipikawanoh ku masarakat sahingga teu mere informasi produk ka konsumén kalawan bener, ieu tangtu bakal mangaruhan minat meuli konsumén di Screamous Bandung.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho pangaruh *endorsement influencer* kana minat meuli produk busana Screamous Bandung. Metode panalungtikan anu dijadikeun jaminan dina ieu panalungtikan nya éta kuantitatif jeung tipe panalungtikan déskriptif. Dina ieu panalungtikan, data anu diperlukeun nyaéta data anu asalna tina data primer jeung data sekunder. Ngumpulkeun data dina ieu panalungtikan digunakeun ku cara obsérvasi, wawancara jeung méré angkét ka konsumén Screamous kalawan jumlah 100 réspodén, ku kituna téhnik sampling ngagunakeun rumus slovin.

Dumasar data anu dimeunangkeun tina hasil panalungtikan, aya pangaruh positif antara *endorsement influencer* kana minat meuli produk screamous Bandung, sarta nembongkeun yen sahingga kontribusi atawa pangaruh *influencer endorsement* kana minat meuli produk Scrasmous nyaeta 52%, jeung 48% sésana dipangaruhan ku faktor séjén di luar variabel *endorsement influencer*. Aya kendala dina palaksanaan *endorsement influencer* di Screamous Bandung, nya éta gawé bareng jeung sababaraha pihak *influencer* anu henteu saluyu kana pituduh atawa aturan ti Screamous sahingga sering putus kontrak jeung *influencer*.

Saran ti panalungtik nya éta pausahaan milih *influencer* anu luyu jeung citra Screamous, milih *influencer* anu dipikawanoh sacara lega ku masarakat lega, milih *influencer* anu keur dipikareseup ku para nonoman.

Kata Kunci : Endorsement Influencer sareng Minat Meuli