

## ABSTRAK

Social media influencer dapat membentuk brand image dan customer engagement yang kemudian berdampak pada purchase intention suatu brand. Suhay Salim, Abel Cantika, Jovi Adhiguna, Tasya Farasya, dan Rachel Goddard merupakan beauty influencer yang kerap membagikan ulasan terkait produk Avoskin. Postingan tersebut kemudian menumbuhkan brand image dan customer engagement audiens pada Avoskin. Meskipun Suhay Salim, Abel Cantika, Jovi Adhiguna, Tasya Farasya, dan Rach Goddard masuk dalam Top 10 Beauty influencer, namun data penjualan produk Avoskin menunjukkan bahwa merek tersebut tidak menduduki posisi pertama sebagai produk kosmetik yang paling banyak digunakan. Hal ini kemudian mengindikasikan bahwa influencer marketing yang dilakukan oleh social media influencers dapat mempengaruhi pembentukan brand image dan customer engagement yang berdampak pada purchase intention Avoskin.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh social media influencer terhadap purchase intention melalui brand image dan customer engagement pada brand Avoskin. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data berupa kuesioner. Peneliti telah menyebarkan kuesioner secara online kepada 300 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM dengan menggunakan program SmartPLS.

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa (1) social media influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand image pada brand Avoskin, (2) social media influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer engagement pada brand Avoskin, (3) social media influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention pada brand Avoskin, (4) brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention pada brand Avoskin, (5) customer engagement berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention pada brand Avoskin, (6) brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer engagement pada brand Avoskin, (7) social media influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention melalui brand image pada brand Avoskin, dan (8) social media influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention melalui customer engagement pada brand Avoskin.

Kata kunci: Avoskin, brand image, customer engagement, social media influencer, purchase intention