

ABSTRAK

Nama Tari Mardiah
Program Studi Manajemen
Judul Pengaruh *Endorsement Post* Terhadap Minat Beli Produk
 Kosmetik Di Kota Lhokseumawe

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tentang pengaruh dari *infotainment*, *credibility*, dan *irritation* terhadap minat beli produk kosmetik di Kota Lhokseumawe. Berdasarkan judul dari penelitian ini, maka yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kota Lhokseumawe yang menggunakan produk kosmetik dari Make Over dan pengguna aplikasi Tiktok. Lokasi dari penelitian ini adalah Kota Lhokseumawe. Dalam penelitian ini, melibatkan 124 orang sebagai responden yang menggunakan produk kosmetik Make Over. Langkah dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *non – probability* dan teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Hair. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dari penyebaran kuesioner melalui *google form* dan diolah dengan menggunakan program SPSS. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian dari penelitian ini menunjukkan bahwa *infotainment*, *credibility* dan *irritation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk kosmetik di Kota Lhokseumawe. Berdasarkan hasil penelitian ini, kepada pihak produk kosmetik diharapkan untuk meningkatkan strategi promosi maupun strategi lain agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk kosmetik tersebut. Kepada peneliti selanjutnya, untuk dapat melakukan penelitian serupa dengan memperluas lokasi penelitian dan variabel agar memperoleh hasil penelitian yang lebih rinci.

Kata Kunci : *Infotainment*, *Credibility*, *Irritation*, Minat Beli.

ABSTRACT

Name · Tari Mardiah
Study Program · Management
Title · The Influence of Endorsement Posts on Interest in Buying
Cosmetic Products in Lhokseumawe City

This research was conducted to find out the influence of infotainment, credibility, and irritation on interest in purchasing cosmetic products in Lhokseumawe City. Based on the title of this research, the subjects of this research are all people in Lhokseumawe City who use cosmetic products from Make Over and users of the Tiktok application. The location of this research is Lhokseumawe City. In this research, 124 people were involved as respondents who used Make Over cosmetic products. The steps in sampling in this research were to use non-probability and the technique used in this research was purposive sampling. Determining the number of samples in this study used the Hair formula. The data used in this research is primary data obtained from distributing questionnaires via Google Form and processed using the SPSS program. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The research results from this study show that infotainment, credibility and irritation have a positive and significant effect on interest in purchasing cosmetic products in Lhokseumawe City. Based on the results of this research, cosmetic product parties are expected to improve promotional strategies and other strategies in order to attract consumer interest in buying these cosmetic products. For future researchers, to be able to carry out similar research by expanding the research locations and variables in order to obtain more detailed research results.

Keywords: *Infotainment, Credibility, Irritation, Purchase Interest.*