

## ABSTRAKSI

Saat ini industri kosmetik mengalami perkembangan yang sangat pesat yang menimbulkan adanya persaingan. Dengan semakin meningkatnya tingkat persaingan dalam dunia bisnis, hal ini menjadi penyebab setiap perusahaan, termasuk Wardah, saat ini harus mampu memberikan dan menunjukkan strategi yang berbeda dibandingkan dengan perusahaan lain supaya mampu mendapatkan pelanggan dan penjualan produk yang tinggi, salah satunya dengan menggunakan strategi *Dukungan selebriti*.

Metode penelitian ini menggunakan metode dengan pendekatan kuantitatif dan akan menggunakan teknik *nonprobability sampling*, dengan teknik *sampling* yang akan digunakan adalah teknik *purposive sampling* dalam pengambilan sampelnya. Selain itu, dalam pengolahan data akan menggunakan PLS-SEM Algorithm dan bootstrapping dengan menggunakan *software* SmartPLS versi 4 dalam pengolahan datanya.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapati hasil yaitu Dukungan Selebriti berpengaruh terhadap Minat Beli, Pengalaman Pelanggan tidak berpengaruh terhadap Minat Beli, Keterlibatan Pelanggan berpengaruh terhadap Minat Beli, dan Kesadaran Merek berpengaruh pada Minat Beli. Selain itu, Dukungan Selebriti dan Pengalaman Pelanggan diketahui tidak termediasi oleh Kesadaran Merek terhadap Minat Beli. Sedangkan, Keterlibatan Pelanggan diketahui termediasi oleh Kesadaran Merek terhadap Minat Beli. Berdasarkan hal tersebut, maka perusahaan Wardah perlu untuk meningkatkan indikator dari Pengalaman Pelanggan supaya dapat memaksimalkan hubungan antara Dukungan Selebriti, Pengalaman Pelanggan, dan Keterlibatan Pelanggan terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: Dukungan Selebriti, Pengalaman Pelanggan, Keterlibatan Pelanggan, Minat Beli, Kesadaran Merek