

**Pengaruh Celebrity Endorser Tasya Farasya Terhadap Minat Beli Skincare Lokal Melalui Electronic Word of Mouth (E-WOM) (Studi Pada Generasi Z Yang Memakai Skincare Di Kabupaten Lamongan), Nur Aisyah, Ali Muhajir, Siti Shoimah, 2025, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Darul `Ulum Lamongan.**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *celebrity endorser* Tasya Farasya terhadap minat beli *skincare* lokal melalui *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dengan fokus studi pada generasi Z yang memakai *skincare* di kabupaten Lamongan. Penelitian ini dilakukan di kabupaten Lamongan dengan melibatkan 110 generasi Z (kelahiran tahun 1997 sampai 2012) sebagai responden. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan teknik analisis *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (PLS-SEM) yang dikelola melalui aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *celebrity endorser* Tasya Farasya berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli *skincare* lokal dengan nilai *original sample* sebesar 0,516, *t-statistics* sebesar 4,643, dan *p-value* sebesar 0,000, serta berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dengan nilai *original sample* sebesar 0,652, *t-statistics* sebesar 8,49, dan *p-value* sebesar 0,000. Kemudian variabel *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli *skincare* lokal dengan nilai *original sample* sebesar 0,374, *t-statistics* sebesar 3,274, dan *p-value* sebesar 0,001. Pada uji mediasi memperlihatkan bahwa variabel *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) mampu memediasi antara variabel *celebrity endorser* Tasya Farasya dan variabel minat beli *skincare* lokal dengan *original sample* sebesar 0,244, *t-statistics* sebesar 3,252, dan *p-value* sebesar 0,001. Sehingga penelitian terbukti bahwa *celebrity endorser* Tasya Farasya memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat beli *skincare* lokal melalui *Electronic Word of Mouth* (E-WOM).

**Kata kunci:** *Celebrity Endorser Tasya Farasya, Minat Beli Skincare Lokal, Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*