

ABSTRAK

Rezty Alieka Putri. 200531100127. Ilmu Komunikasi. Analisis Perilaku Konsumen Pada Keputusan Pembelian *Skincare* MS Glow. Dosen Pembimbing Dr. Dewi Quraisyin, S.Pd.I, M.Si. (197910102008122002)

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk *skincare* MS Glow di Bangkalan Stockist. Perubahan gaya hidup, pengaruh media sosial, serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan kulit menjadi faktor penting dalam pertumbuhan pasar *skincare* lokal. MS Glow sebagai salah satu merek lokal yang berkembang pesat sejak 2013 telah berhasil menarik perhatian konsumen, termasuk di wilayah Bangkalan yang bukan merupakan daerah metropolitan namun menunjukkan potensi pasar yang signifikan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan terdiri dari konsumen yang pernah atau masih menggunakan produk MS Glow dan melakukan pembelian melalui agen resmi Bangkalan Stockist. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh kombinasi antara rekomendasi orang terdekat, testimoni di media sosial, pengalaman pribadi, dan kualitas interaksi dengan agen. Salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan adalah kepercayaan terhadap agen resmi yang menyediakan jaminan keaslian produk serta layanan konsultasi secara langsung. Konsumen di Bangkalan cenderung membeli produk melalui agen yang mereka kenal secara personal, bukan hanya karena kualitas produk, tetapi juga karena rasa nyaman dan rasa percaya yang terbangun dari interaksi sosial.

Penelitian ini memberikan kontribusi nyata dalam menggambarkan dinamika perilaku konsumen pada konteks lokal. Penemuan penting dari penelitian ini adalah bahwa loyalitas konsumen tidak hanya dibentuk oleh kualitas produk, tetapi juga oleh pengalaman emosional, pendekatan personal dari agen, serta kenyamanan dalam proses pembelian. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha *skincare* lokal dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih relevan dengan kebutuhan dan karakteristik konsumen di daerah.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, *Skincare* MS Glow, Bangkalan Stockist, Agen Resmi

ABSTRACT

Rezty Alieka Putri. 200531100127. Communication Studies. Consumer Behavior Analysis On Purchasing Decisions For MS Glow *Skincare*. Mentor Dr. Dewi Quraisyin, S.Pd.I, M.Si. (197910102008122002)

This study aims to explore in depth the consumer behavior in making purchasing decisions for MS Glow skincare products at Bangkalan Stockist. The growing lifestyle changes, the influence of social media, and the increasing public awareness of skin health have become significant factors in the expansion of the local skincare market. As a local brand that has grown rapidly since 2013, MS Glow has successfully captured public attention, including in Bangkalan, which despite not being a metropolitan area shows strong market potential.

This research uses a descriptive qualitative approach, with data collected through observation, in-depth interviews, and documentation. Informants consist of consumers who have purchased or continue to purchase MS Glow products through the official stockist in Bangkalan. The findings reveal that consumer purchasing decisions are influenced by a combination of factors, including personal recommendations, social media testimonials, individual experiences, and the quality of interaction with the agent. One of the dominant factors influencing their decision is the trust in official agents, who are seen as providers of authentic products and offer direct consultation services. Consumers in Bangkalan tend to prefer buying from agents they personally know not only because of product quality but also due to the sense of comfort and trust built through social interaction

This study offers a valuable contribution by presenting an in-depth look at consumer behavior within a local context. A key finding is that consumer loyalty is not solely shaped by product quality but also by emotional experiences, personalized service from agents, and overall comfort during the purchasing process. Therefore, the results of this research are expected to serve as a reference for local skincare businesses in developing marketing strategies that are more aligned with the needs and characteristics of regional consumers.

Keywords: Consumer Behavior, Purchase Decision, MS Glow Skincare, Bangkalan Stockist, Official Agent.