

## ABSTRAK

**NUR SUQYA RAHMA 105651100518 Penerapan Komunikasi Persuasif *Beauty Advisor* Kosmetik Wardah Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Toko Kamariati Kosmetik Enrekang** Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar dibawah bimbingan Muh. Yahya Mustafa dan Syukri Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Komunikasi Persuasif *Beauty Advisor* kosmetik Wardah dalam meningkatkan penjualan di toko Kamariati Kosmetik Enrekang dan Faktor-faktor yang mendukung minat beli konsumen di toko Kamariati Kosmetik Enrekang. Jenis penelitian ini adalah penelitian Kualitatif yaitu data yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian kualitatif berfokus pada faktor manusia, objek dan institusi, dan hubungan atau interaksi antarfaktor-faktor tersebut, untuk memahami peristiwa, perilaku atau fenomena penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif karena bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Komunikasi Persuasif *Beauty Advisor* kosmetik Wardah dalam meningkatkan penjualan di toko Kamariati Kosmetik Enrekang cenderung meningkat produk yang berbeda dengan brand yang sama (wardah) tergantung kebutuhan, kebiasaan menggunakan suatu produk, pembelian dan pembelian dilakukan sekali atau lebih dalam sebulan dengan langsung membeli bermacam produk dan Faktor-faktor yang mendukung minat beli konsumen di toko Kamariati Kosmetik Enrekang yaitu harga, tempat, produk, dan promosi. Selain itu, terdapat juga faktor-faktor lain seperti kebutuhan.

**Kata Kunci** : komunikasi persuasif, wardah, minat beli