

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh hubungan antara *Beauty Web Celebrity Endorser Attributes* terhadap *Parasocial relationship*, hubungan antara *Parasocial Relationship* terhadap *Customer Equity*, peran *Brand Love* sebagai moderasi antara hubungan *Beauty Web Celebrity Endorse Attributes* terhadap *Parasocial Relationship*, dan hubungan *Physical Attraction* terhadap *Parasocial Relationship*. Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan *software* SmartPLS4. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner *Google Form* untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan. Sampel pada penelitian ini berjumlah 70 orang yang mengikuti akun Tassya Farasya di Instagram dan pernah menggunakan produk merek Somethinc dengan minimal usia 11 tahun. Hasil dari penelitian ini adalah 1) *Beauty Web Celebrity Endorser Attributes* berpengaruh positif terhadap *Parasocial Relationship* 2) *Parasocial Relationship* berpengaruh positif terhadap *Customer Equity* 3) *Brand Love* sebagai moderasi tidak memiliki peran pada pengaruh *Beauty Web Celebrity Endorse Attributes* terhadap *Parasocial Relationship* 4) *Physical Attraction* tidak berpengaruh terhadap *Parasocial Relationship*.

**Kata Kunci:** *Beauty Web Celebrity Endorser Attributes, Parasocial Relationship, Customer Equity, Brand Love, Physical Attraction.*