

Nuraina, 11223391

Pengaruh *Influencer Marketing*, Citra Merek, kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Hanasui

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma,
2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh influencer marketing, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk skincare Hanasui. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner online kepada 100 responden yang pernah membeli dan menggunakan produk Hanasui. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan metode purposive sampling.

Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa influencer marketing, citra merek, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan.

Nilai koefisien determinasi sebesar 75,4% menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan keputusan pembelian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Penelitian ini menegaskan bahwa peran influencer, citra merek yang kuat, dan kualitas produk yang baik menjadi faktor penting dalam mendorong keputusan pembelian produk skincare Hanasui.

Kata Kunci : *Influencer Marketing, Citra Merek, Kualitas produk, Keputusan Pembelian*
(xii +60+ Lampiran)

Daftar Pustaka (2019 – 2024)