

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK
SKINCARE THE ORIGINOTE**

ABSTRAK

Perawatan kulit wajah sudah menjadi kebutuhan sejalan dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya *skincare* untuk menjaga kulit tetap sehat dan terawat. Industri *skincare* di Indonesia beragam sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan kulit para masyarakat, salah satu produk lokal *skincare* di Indonesia yang memiliki kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau adalah The Originote. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *Digital Marketing*, *Online Customer Review*, *Brand Image*, *Product Variation* terhadap keputusan pembelian produk *Skincare The Originote*.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk *skincare* The Originote di Kota Depok dengan menggunakan metode analisis data primer kuantitatif. Tahap uji yang dilakukan yaitu uji instrumen penelitian (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji F, uji T dan uji koefisien determinasi (R^2). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarluaskan kuesioner *online* melalui *google formulir* dan terdapat 125 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Alat bantu pengujian menggunakan *software SPSS*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *digital marketing*, *online customer review*, *brand image*, dan *product variation* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk *Skincare The Originote*. Secara parsial, *brand image*, *product variation* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan *digital marketing*, *online customer review* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Serta variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Skincare The Originote* adalah *product variation*.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Digital Marketing*, *Online Customer Review*, *Product Variation*

(xiii + 74 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2015 – 2024)