

**Judul Penelitian : Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada *Online Shop Scarlett Official Kediri*.**

Dosen Pembimbing : Ustadus Sholihin, S.E., M.M  
: Angga Permana M, S.E., M.M  
Nama : Lutfiah Dianina Rahma  
NPM : 20130210349 (2024)

### ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh *influencer marketing* terhadap keputusan pembelian, (2) pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian, (3) pengaruh *influencer marketing* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah konsumen pada *online shop Scarlett Official Kediri* sebanyak 133 konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil pada taraf signifikansi 5% menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan *influencer marketing* terhadap keputusan pembelian. Nilai  $t_{hitung}$  13.661. Nilai sig 0,000 < 0,05. (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Nilai  $t_{hitung}$  12.756. Nilai sig 0,007 < 0,05. (3) terdapat pengaruh *influencer marketing* dan *brand image* secara simultan terhadap keputusan pembelian. Nilai  $F_{hitung}$  279.937. Nilai sig 0,000 < 0,05. Perhitungan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan persamaan regresi diperoleh

dengan nilai  $Y = 11.327 + 0,505X_1 + 0,768X_2$

**Kata Kunci : *Influencer Marketing, Brand Image, dan Keputusan Pembelian.***