

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *INFLUENCER MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MS GLOW*
(Studi Kasus Konsumen *Ms Glow* di Jombang)**

ABSTRAK

Oleh:
Nadhila Puteri Effendi

Dosen Pembimbing

Dr Nuri Purwanto, SST., MM

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Brand Image* dan *Influencer Marketing* terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian menggunakan metode penelitian eksplanasi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Populasi adalah seluruh pengguna/ Konsumen *MS Glow* Jombang dengan sampel berjumlah 100 responden, analisa data dengan menggunakan metode statistik Regresi Linier berganda dan pengujian hipotesis dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* mampu meningkatkan keputusan pembelian pada *MS Glow* di kota jombang. Hal ini mengartikan bahwa semakin baik *Brand Image* maka semakin tinggi keputusan pembelian pada *MS Glow* di kota jombang dan *Influencer Marketing* mampu meningkatkan keputusan pembelian pada *MS Glow* di kota jombang. Hal ini mengartikan bahwa semakin baik serta luas sebaran *Influencer Marketing* maka semakin tinggi keputusan pembelian pada *MS Glow* di kota jombang

Kata Kunci: Brand Image, Influencer Marketing dan Keputusan Pembelian