

ABSTRAK

SHERLI MARSETIAWATI. 021121161. Pengaruh *Brand Image* dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian. Di bawah bimbingan: ADITYA PRIMA YUDHA dan ABEL GANDHY. 2025.

Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kesehatan kulit, industri perawatan kulit di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Produk perawatan kulit kini menjadi kebutuhan utama bagi konsumen yang peduli akan penampilan dan kesehatan kulit. *Brand Image* dan *Electronic Word Of Mouth* merupakan faktor penting yang dipertimbangkan konsumen sebelum melakukan pembelian *skincare*. Berdasarkan total penjualan produk Daviena Skincare dari kuartal satu tahun 2023 hingga kuartal satu tahun 2024, terjadi fluktuasi penjualan yang menunjukkan adanya penurunan dalam keputusan pembelian. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Image* dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian Daviena Skincare.

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan perempuan berusia 15–44 tahun, berdomisili di Kota Bogor, dan pernah membeli produk Daviena Skincare. Peneliti melakukan pengumpulan data menggunakan kuisioner. metode analisis yang digunakan yaitu dengan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)* menggunakan *software* SmartPLS versi 4.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image* dan *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Daviena Skincare. Hal ini menunjukkan bahwa *Brand Image* yang didukung oleh reputasi baik dan inovasi produk mampu membentuk kepercayaan serta persepsi positif konsumen, sehingga mendorong keputusan pembelian. Selain itu, semakin positif ulasan, testimoni, atau rekomendasi yang diterima konsumen melalui *platform digital* seperti media sosial dan *e-commerce*, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen untuk membeli produk Daviena Skincare.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Electronic Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian