

ABSTRAK

Sani Lutfia Hijriyani (1219240201): "PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *ONLINE CONSUMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SUNSCREEN SKINTIFIC* (Penelitian Pada Gen Z Pengguna Platform *Tiktokshop* Di Kota Bandung)"

TikTok Shop menjadi salah satu platform *e-commerce* yang populer di kalangan Generasi Z, khususnya dalam pembelian produk *Skincare*. Produk *Sunscreen Skintific* menjadi produk dengan angka penjualan yang tinggi, meskipun brand ini tergolong baru. Fenomena tersebut memunculkan dugaan bahwa *Brand Image* dan *Online Consumer Review* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Image* dan *Online Consumer Review* terhadap keputusan pembelian produk *Sunscreen Skintific* pada Generasi Z pengguna *TikTok Shop* di Kota Bandung, baik secara parsial maupun simultan.

Untuk menjawab pertanyaan penelitian di atas, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel terdiri dari 100 responden Generasi Z yang pernah membeli *Sunscreen Skintific* melalui *TikTok Shop*. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS.

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* dan *Online Consumer Review* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun, secara simultan diketahui bahwa *Brand Image* dan *Online Consumer Review* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai *R Square* sebesar 79,1% dan sisanya 20,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Online Consumer Review*, Keputusan Pembelian