

ABSTRAK

Nurul Khikmah, 1620310085, Pengaruh *Brand Image*, Iklan dan *Customer Reviews* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus pada Konsumen Wardah di Outlet Aneka Jaya Demak).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh dari brand image, iklan dan customer reviews terhadap keputusan pembelian produk Wardah (studi pada konsumen Wardah di Outlet Aneka Jaya Demak). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang terkumpul dari 100 responden yaitu konsumen yang membeli produk Wardah di Outlet Aneka Jaya Demak. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel tersebut adalah metode non probability sampling, yaitu purposive sampling dan insidental sampling.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Kemudian setelah semua data terkumpul, dilakukan analisis data yaitu menggunakan uji instrument validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis yang selanjutnya data diolah menggunakan alat bantu spss for windows versi 16,0.

Dari hasil analisis tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji validitas dan uji reliabilitas semua variabel dinyatakan valid dan reliabel. Berdasarkan uji t, variabel brand image dan online customer reviews secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel iklan hanya dapat memengaruhi secara bersama-sama dengan variabel brand image dan online customer reviews terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Brand Image*, Iklan, *Customer Reviews*, Keputusan Pembelian