

ABSTRAK

Yuliani Komalasari, NIM. 3402220061. “Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Prestige* Terhadap *Purchase Intention* (Studi pada Konsumen iPhone di Rosi Store Ciamis)”. Dibawah bimbingan Dr. Elin Herlina, S.Pd., M.M. (Pembimbing I) dan Toto, S.E., M.M. (Pembimbing II)

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Prestige* Terhadap *Purchase Intention* (Studi pada Konsumen iPhone di Rosi Store Ciamis). Permasalahan yang dihadapi pada penelitian ini meliputi: 1]. Bagaimana pengaruh *influencer marketing* terhadap *purchase intention* konsumen iPhone di Rosi Store Ciamis?; 2]. Bagaimana pengaruh *brand prestige* terhadap *purchase intention* konsumen iPhone di Rosi Store Ciamis?; 3]. Bagaimana pengaruh *influencer marketing* dan *brand prestige* terhadap *purchase intention* konsumen iPhone di Rosi Store Ciamis? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1]. Pengaruh *influencer marketing* terhadap *purchase intention* konsumen iPhone di Rosi Store Ciamis; 2]. Pengaruh *brand prestige* terhadap *purchase intention* konsumen iPhone di Rosi Store Ciamis; 3]. Pengaruh *influencer marketing* dan *brand prestige* terhadap *purchase intention* konsumen iPhone di Rosi Store Ciamis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Linear Berganda, Analisis Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikansi (Uji t dan Uji F).

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa: 1]. *Influencer marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* konsumen iPhone di Rosi Store Ciamis dengan besarnya pengaruh 25,50% dan sisanya 74,50% dipengaruhi oleh faktor lain; 2]. *Brand prestige* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* konsumen iPhone di Rosi Store Ciamis dengan besarnya pengaruh 47,33% dan sisanya 52,67% dipengaruhi oleh faktor lain; dan 3]. *Influencer marketing* dan *brand prestige* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* konsumen iPhone di Rosi Store Ciamis dengan besarnya pengaruh 48,02% dan sisanya 51,98% dipengaruhi oleh faktor lain.

Diharapkan Rosi Store Ciamis mempertahankan dan memperhatikan *influencer marketing* dan *brand prestige* sehingga akan meningkatkan *purchase intention* konsumen.

Kata kunci: Influencer Marketing, Brand Prestige, Purchase Intention