

ABSTRAK

**Deliza Rizqy Amelia, 3402200125 “Pengaruh *Influencer Marketing* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Konsumen Eiger Adventure Di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh)”.
Dibawah bimbingan Dr. Apri Budianto, M.M., dan Marlina Nurlestari, S.E., M.M.**

Penelitian ini dilakukan karena adanya permasalahan dimana hasil pra survey yang dilakukan pada 30 orang Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Galuh yang merupakan konsumen Eiger mengenai keputusan pembelian konsumen pada produk Eiger masih belum optimal. Hal ini disebabkan oleh *influencer marketing* dan citra merek. Dengan demikian maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *influencer marketing* dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk eiger adventure pada konsumen eiger Adventure Di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi wawancara dan kuesioner. Analisis data yang dilakukan adalah uji korelasi, uji determinasi dan uji t serta uji f. Hasil penelitian disimpulkan bahwa *Influencer marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Eiger Adventure di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh. Artinya semakin tinggi *influencer marketing* maka akan semakin meningkat pula keputusan pembeliannya. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Eiger Adventure di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh. Artinya semakin baik citra merek, maka akan semakin meningkat pula keputusan pembeliannya. *Influencer marketing* dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Eiger Adventure di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh. Artinya semakin baik *influencer marketing* dan citra merek, maka akan semakin meningkat pula keputusan pembeliannya.

Kata Kunci: *Influencer Marketing*, Citra Merek, Keputusan Pembelian