

ABSTRAK

Elsa Antika, NIM 3402200127. Pengaruh *Personal Branding* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Wardah di Toserba Gunasalma Kawali). Dibawah bimbingan Bapak Dr. Apri Budianto., Drs., M.M. (Pembimbing I) dan Ibu Marlina Nur Lestari S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Personal Branding* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Wardah di Toserba Gunasalma Kawali). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1) Bagaimana pengaruh *Personal Branding* terhadap Keputusan Pembelian pada produk Wardah di Toserba Gunasalma Kawali? 2) Bagaimana pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Wardah di Toserba Gunasalma Kawali? 3) Bagaimana pengaruh *Personal Branding* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada produk di Toserba Gunasalma Kawali? Adapun tujuan penelitian adalah 1) Untuk mengetahui pengaruh *Personal Branding* Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Wardah di Toserba Gunasalma Kawali 2) Untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Wardah di Toserba Gunasalma Kawali 3) Untuk mengetahui pengaruh *Personal Branding* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Wardah di Toserba Gunasalma Kawali. Metode Yang Digunakan Dalam Penelitian Ini Adalah Metode Yang Bersifat Deskriptif Dengan Pendekatan Kuantitatif. Sedangkan Untuk Menganalisis Data Menggunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Regresi Sederhana, Analisis Koefisien Determinasi, Uji T, Analisis Korelasi Berganda, Analisis Regresi Linier Berganda, Dan Uji F. Hasil Penelitian Ini Menunjukkan : 1) *Personal Branding* Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah Di Toserba Gunasalma Kawali Dengan Besar Pengaruh 54,31% Dan Sisanya 45,69% Dipengaruhi Oleh Faktor Lain. 2) *Brand Image* Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah Di Toserba Gunasalma Kawali Dengan Besar Pengaruh 63,36% Dan Sisanya 36,64% Dipengaruhi Faktor Lain. 3) *Personal Branding* Dan *Brand Image* Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah Di Toserba Gunasalma Kawali.

Kata Kunci : *Personal Branding*, *Brand Image*; Keputusan Pembelian