

ABSTRAK

KINERJA ULASAN PELANGGAN, ULASAN INFLUENCER, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN MELALUI KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN MEREK FROM THIS ISLAND DI WILAYAH JABODETABEKPUNJUR

(xii + 115 halaman; 12 gambar; 22 tabel; 3 lampiran)

Penelitian ini mengangkat pentingnya dinamika digital dalam dunia kecantikan, khususnya terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk lokal. Dengan fokus pada merek kecantikan “From This Island” yang mengusung konsep keberlanjutan dan keanekaragaman hayati Indonesia, studi ini mengeksplorasi bagaimana kepercayaan konsumen terbentuk melalui ulasan pelanggan, ulasan influencer, kualitas produk, serta kualitas pelayanan. Dalam menghadapi persaingan industri kecantikan yang kian ketat, memahami faktor-faktor yang mendorong keputusan pembelian menjadi sangat relevan, terutama di kalangan konsumen urban Jabodetabekpunjur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 310 responden yang merupakan pengguna aktif produk “From This Island”. Analisis data dilakukan melalui SPSS 27 dan AMOS 24 untuk menguji validitas model serta hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ulasan pelanggan, ulasan influencer, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berkontribusi secara signifikan dalam membangun kepercayaan, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kepercayaan berperan sebagai jembatan penting yang memperkuat pengaruh eksternal terhadap perilaku membeli. Diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan kontribusi positif bagi pengembangan strategi pemasaran merek lokal serta memberikan panduan bagi konsumen dalam mengambil keputusan secara bijak dan berbasis informasi yang kredibel.

Kata Kunci: Ulasan Pelanggan, Ulasan Influencer, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Keputusan Pembelian