

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Endorsement Influencer, Online Customer Review dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Skintific. Metode penelitian yang digunakan ialah kuantitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan dari bulan November 2023 hingga pada Januari 2024 di Kota Bandung. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner serta studi pustaka. Analisis data yang digunakan ialah Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heterokedastisitas, Uji Parsial (Uji T), Uji Pengaruh Simultan (Uji F), Uji Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil dari penelitian ini ialah bahwa *Endorsement Influencer*, *Online Customer Review* dan *Perceived Quality* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare Skintific di Kota Bandung.

Kata Kunci: Endorsement influencer, online customer review, perceived quality, purchasing decisions.