

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI *ONLINE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE SKINTIFIC*
(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022 Pengguna
Shopee)**

SKRIPSI

Disusun Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

IRA GAMA DENADA

22403082

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI
2026**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI *ONLINE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE SKINTIFIC*
(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022 Pengguna
Shopee)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri untuk memenuhi
salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program Sarjana

Disusun Oleh:

IRA GAMA DENADA

22403082

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI *ONLINE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* SKINTIFIC
(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022 Pengguna
Shopee)**

Ditulis Oleh

IRA GAMA DENADA

22403082

Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E., M.M.
NIP. 19771225 200901 2006

Pembimbing II



Ning Purnama Sariati, M.E.I.
NIP. 19871228 202012 2011

NOTA DINAS

Kediri, 20 Mei 2026

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusun skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Ira Gama Denada

Nim : 22403082

Judul : "Pengaruh *Brand Image* dan Promosi *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Skintific (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022 Pengguna Shopee)"

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami sependapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1). Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diajukan Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum, atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kediri, 20 Mei 2026
Pembimbing I



Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E., M.M.
NIP. 19771225 200901 2006

Kediri, 20 Mei 2026
Pembimbing II



Ning Purnama Sariati, M.E.I.
NIP. 19871228 202012 2011

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 20 Mei 2026

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusun skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Ira Gama Denada

Nim : 22403082

Judul : "Pengaruh *Brand Image* dan Promosi *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Skintific (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022 Pengguna Shopee)"

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami sependapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1). Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diajukan Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum, atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Kediri, 20 Mei 2026
Pembimbing I



Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E., M.M.
NIP. 19771225 200901 2006

Kediri, 20 Mei 2026
Pembimbing II



Ning Purnama Sariati, M.E.I.
NIP. 19871228 202012 2011

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI ONLINE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SKINTIFIC (Studi
Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022 Pengguna
Shopee)**

**Ira Gama Denada
22403082**

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri pada tanggal 24 Juni 2026.

Tim Penguji

1. Penguji Utama

Dr. Mundhori, ME.
NIP. 19870222 201903 1 004

()


2. Penguji I

Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E., M.M.
NIP.19771225 200901 2006

()

3. Penguji II

Ning Purnama Sariati, M.E.I.
NIP.19871228 202012 2011

()

Kediri, 6 Juli 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri,



Dr. H. Imam Annas Muslihah, M.H.I.
NIP. 19750101 199803 1 002

MOTTO

“Life can be heavy, especially if you try to carry it all at once. Part of growing up and moving into new chapters of your life is about catch and release.”

(Taylor Swift)

“Tidak semua langkah itu sederhana, tidak setiap hari itu menyenangkan, namun setiap proses yang dilalui dengan kesabaran akan mencapai titik terbaiknya.”

“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedilah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia”

(Baskara Putra-Hindia)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Surah Al-Baqarah: 286)

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ira Gama Denada

Nim : 22403082

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar murni tulisan saya dan bukan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila di kemudian hari ini terbukti dan dapat dibuktikan bahwa hasil penulisan skripsi saya adalah dari plagiasi baik sebagian atau keseluruhan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 20 Mei 2026

Yang membuat pernyataan



Ira Gama Denada

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik, hidayah, dan karunia-Nya, yang memungkinkan penulis menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana di Program Studi Manajemen Bisnis Syariah. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan umatnya hingga akhir zaman.

Penyusunan skripsi ini bukanlah perjalanan yang singkat atau mudah. Banyak proses yang dilalui, mulai dari kebingungan dalam menentukan arah penelitian, kelelahan menghadapi revisi, tekanan batin, keraguan terhadap kemampuan diri, hingga perjuangan untuk tetap berdiri tegak di tengah berbagai keadaan. Namun, di balik seluruh proses tersebut, terdapat banyak tangan yang membantu, hati yang menguatkan, dan doa-doa yang mengiringi langkah penulis. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, cinta, dan terima kasih, penulis menyampaikan penghargaan yang tulus kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, yang telah menjadi tempat paling nyaman bagi penulis untuk kembali ketika merasa lelah. Terima kasih atas kasih sayang yang tiada henti, doa yang selalu dipanjatkan, dukungan yang senantiasa diberikan dalam setiap keadaan, serta keyakinan yang terus ditanamkan kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan ini. Setiap langkah penulis hingga mencapai titik ini tidak terlepas dari pengorbanan, kesabaran, dan cinta yang sangat besar dari Bapak dan Ibu.
2. Untuk kakak laki-laki penulis, yang telah memberikan dukungan yang luar biasa, baik dari segi finansial maupun mental, sehingga penulis dapat menjalani masa perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini dengan lebih tenang. Terima kasih telah menjadi sosok pelindung, penopang, dan penguat ketika penulis merasa kehilangan arah. Bantuan, perhatian, dan pengorbanan yang diberikan menjadi bagian penting dari perjalanan akademik penulis.
3. Untuk istri dari kakak laki-laki penulis, yang dengan penuh pengertian dan ketulusan dapat memaklumi serta menerima tanggung jawab finansial yang turut diberikan kepada penulis. Terima kasih atas keluasan hati, dukungan, dan pengorbanan yang secara tidak langsung telah membantu penulis sampai pada

tahap ini. Kebaikan tersebut akan selalu penulis kenang sebagai bentuk kasih yang sangat berarti.

4. Untuk kakak perempuan penulis, yang selalu menjadi suara penguat di saat penulis meragukan diri sendiri. Terima kasih karena selalu meyakinkan penulis bahwa mimpi-mimpi yang dimiliki layak diperjuangkan dan cita-cita dapat dicapai dengan usaha, doa, serta keyakinan. Kalimat-kalimat sederhana yang diberikan sering kali menjadi alasan penulis untuk kembali bangkit.
5. Untuk dosen pembimbing Ibu Dr. Sri Anugerah Natalina, S.E., M.M., dan Ibu Ning Purnama Sariati, M.E.I., telah dengan penuh kesabaran memberikan arahan, bimbingan, pengetahuan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih atas waktu, tenaga, dan perhatian yang telah diberikan, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Untuk Yogi Novi Lutfiana, sahabat sejak masa SMA yang telah menjadi tempat penulis untuk berbagi cerita, mengeluh, dan mengekspresikan segala keresahan selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi. Terima kasih telah bersedia mendengarkan tanpa lelah, memahami tanpa menghakimi, dan tetap hadir bahkan ketika penulis berada di titik terendah.
7. Untuk Lailatun Nadhiro Salsabila, teman seperjalanan sejak semester awal yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik penulis. Terima kasih karena selalu ada menemani di masa-masa penuh tekanan, menjadi tempat berbagi tawa di tengah stres, serta tetap sabar meskipun sering direpotkan penulis. Kehadiranmu menjadi salah satu alasan mengapa perjalanan panjang ini terasa lebih ringan.
8. Untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah mendukung dan membantu. Terima kasih atas kehadiran dan bantuan yang diberikan menjadi salah satu penyemangat bagi saya dalam menyelesaikan setiap tahapan perkuliahan hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.
9. Terakhir, untuk diriku sendiri, terima kasih karena telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tetap melangkah meskipun sering merasa lelah, tetap mencoba meskipun berkali-kali merasa tidak mampu, tetap bangkit meskipun

sempat ingin menyerah, dan tetap memilih untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Perjalanan ini mungkin tidak mudah, tetapi keberhasilan menyelesaikannya adalah bukti bahwa penulis memiliki kekuatan yang selama ini mungkin tidak pernah disadari.

Kediri, 20 Mei 2026

Ira Gama Denada

ABSTRAK

IRA GAMA DENADA, Dosen Pembimbing Dr. Sri Anugrah Natalina, SE, MM dan Ning Purnama Sariati, ME.I. Pengaruh *Brand Image* dan Promosi *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Skintific (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022 Pengguna Shopee), Skripsi, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Syekh Wasil Kediri, 2026

Kata Kunci: *Brand Image*, Promosi *Online*, Keputusan Pembelian

Penggunaan produk perawatan kulit di Indonesia semakin meningkat karena masyarakat semakin memperhatikan pentingnya merawat kulit dan penampilan, yang didukung oleh kemajuan media digital. Kondisi itu membuat persaingan di industri *skincare* semakin sengit, sehingga *brand image* dan promosi *online* menjadi hal penting yang memengaruhi bagaimana produk diterima dan dipilih oleh konsumen, terutama di dalam sistem *e-commerce*. Skintific adalah salah satu brand *skincare* yang cukup populer, terutama di kalangan generasi muda seperti para mahasiswa yang menggunakan platform Shopee.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan gambaran *brand image* dan promosi *online* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Skintific serta untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan promosi *online* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Skintific pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2022 pengguna Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 73 responden, yaitu mahasiswa yang sudah pernah membeli produk *skincare* Skintific melalui Shopee, dan pengambilan sampel dilakukan dengan metode sampel jenuh. Data penelitian didapat dari kuesioner yang sudah diuji kebenarannya dan konsistensinya, lalu dianalisis dengan metode regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *brand image* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, karena nilai t_{hitung} adalah 1,482 yang lebih kecil dari nilai t_{tabel} 1,994, serta nilai signifikansi 0,143 yang lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, promosi *online* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, karena nilai t_{hitung} mencapai 5,488 yang lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,994, serta nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Nilai F_{hitung} sebesar 20,131 lebih besar dari nilai F_{tabel} yaitu 3,13 dan memiliki tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis penelitian diterima. Nilai R Square sebesar 0,365 menunjukkan bahwa *brand image* dan promosi *online* secara bersama-sama memberi kontribusi sebesar 36,5% terhadap keputusan membeli, sementara 63,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini, seperti kualitas produk, harga, dll. Jadi, bisa disimpulkan bahwa promosi *online* lebih berpengaruh dibandingkan *brand image* dalam membantu mahasiswa memutuskan untuk membeli produk *skincare*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul "Pengaruh *Brand Image* dan Promosi *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Skintific (Studi pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022 Pengguna Shopee)" dengan baik dan tepat waktu. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya yang setia mengikuti sunnahnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan keterbatasan, namun berkat pertolongan Allah Subhanahu Wa Ta'ala serta dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat yang tulus, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri.
2. Bapak Dr. Imam Annas Mushlihin, M.HI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri.
3. Ibu Nilna Fauza, M.HI. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.
4. Ibu Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E, M.M selaku dosen pembimbing I dan Ibu

Ning Purnama Sariati, M.E.I selaku dosen pembimbing II yang dengan sabar memberikan bimbingan serta arahan selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh dosen dan staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah memberikan bekal ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
6. Orang tua serta segenap keluarga yang senantiasa mendoakan dan memberi support kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, mengingat keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati dan tangan terbuka menerima segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak, guna perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang berarti, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Manajemen Bisnis Syariah maupun bagi para praktisi, peneliti selanjutnya, dan seluruh pihak yang membutuhkan referensi terkait topik yang dibahas.

Akhir kata, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan dan kekhilafan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan ridha-Nya kepada kita semua, serta menjadikan setiap usaha yang telah kita lakukan sebagai amal ibadah yang diterima di sisi-Nya. Aamiin Yaa Rabbal 'Aalamiin.

Kediri, 20 Mei 2026

Ira Gama Denada

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian.....	18
D. Manfaat Penelitian.....	18
E. Penelitian Terdahulu.....	19
BAB II LANDASAN TEORI	23
A. Landasan Teori.....	23
B. Kerangka Teoritis	37
C. Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Metode Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian	43
C. Populasi dan Sampel.....	44
D. Teknik Pengumpulan Data.....	44
E. Instrumen Penelitian	45
F. Teknik Analisis Data.....	45
G. Uji Instrumen.....	46
H. Uji Asumsi Klasik	47
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	51

A. Gambaran Umum	51
B. Deskripsi Responden	58
C. Analisis Data.....	58
BAB V PEMBAHASAN	72
A. Brand Image Produk Skincare Skintific di Shopee pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022	72
B. Promosi Online Produk Skincare Skintific di Shopee pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022	74
C. Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific di Shopee pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022	76
D. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific di Shopee pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022	79
E. Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific di Shopee pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022	82
F. Pengaruh Brand Image dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific di Shopee pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022	85
BAB VI PENUTUP	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	108
Lampiran 1 Kuesioner Pra-Penelitian	108
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	108
Lampiran 3 Tabulasi Data Penelitian.....	112
Lampiran 4 Uji Instrumen Penelitian.....	119
Lampiran 5 Surat Izin Observasi.....	123
Lampiran 6 Surat Izin Penelitian.....	124
Lampiran 7 Daftar Konsultasi Skripsi.....	125
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	127

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kediri Angkatan 2021–2025	6
Tabel 1.2 Data Platform E-Commerce yang Digunakan Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022	8
Tabel 1.3 Data Brand Skincare yang Dibeli melalui Platform Shopee oleh Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022	8
Tabel 1.4 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific di Kalangan Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022 di Shopee	12
Tabel 3.1 Definisi Operasional Brand Image (X1)	41
Tabel 3.2 Definisi Operasional Promosi Online (X2).....	42
Tabel 3.3 Definisi Operasional Keputusan Pembelian (Y).....	43
Tabel 3.4 Keterangan Skor Skala Likert	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image (X1).....	58
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Online (X2).....	59
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	60
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel Brand Image (X1)	61
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel Promosi Online (X2).....	61
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	61
Tabel 4.8 Analisis Statistik Deskriptif	62
Tabel 4.9 Kategori Variabel Brand Image (X1).....	63
Tabel 4.10 Kategori Variabel Promosi Online (X2)	64
Tabel 4.11 Kategori Variabel Keputusan Pembelian (Y)	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi	68
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	69
Tabel 4.17 Hasil Uji T.....	70

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	71
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform E-Commerce yang Paling Sering Diakses Masyarakat Indonesia	3
Gambar 1.2 Brand Skincare Terlaris di Shopee Indonesia 2025	4
Gambar 2.1 Kerangka Teoritis Penelitian	37
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67