

## ABSTRAK

Para pelaku bisnis dituntut untuk memberikan inovasi yang lebih baik, agar trend fashion selalu berkembang. Pegaulan di zaman sekarang ini dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman pada bidang fashion agar dipandang keren dan percaya diri ditengah pergaulannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Influencer Marketing*, Kualitas Konten Dan *Review Online E-Commerce Shopee* Terhadap Keputusan Pembelian pada Brand 3second Kabupaten Jember. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 90 responden dan menggunakan teknik pengambilan sampel *Non probability* dengan teknik Purposive sampling, menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner kepada responden. Adapun teknik analisis data penelitian ini dengan menggunakan pengujian instrument, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi  $R^2$ . Hasil analisis yang diperoleh menunjukkan bahwa *influencer marketing*, kualitas produk dan *review online* berpengaruh signifikan baik secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pada Brand 3second Kabupaten Jember, hasil pengujian koefisien determinasi  $R^2$  yakni Tingkat kontribusi pengaruh sebesar 0,949 atau 95%.

Kata Kunci : *Influencer Marketing*, Kualitas Konten Dan *Review Online*, Keputusan Pembelian



## ABSTRACT

*Business people are required to provide better innovation, so that fashion trends always develop. In today's society, people are required to keep up with current developments in the fashion sector so that they are seen as cool and confident in their social circle. This research aims to determine and analyze the influence of Influencer Marketing, Content Quality and Shopee E-Commerce Online Reviews on Purchasing Decisions at the 3second Brand, Jember Regency. This type of research uses quantitative methods with a sample size of 90 respondents and uses non-probability sampling techniques with purposive sampling techniques, using data collection techniques in the form of questionnaires to respondents. The data analysis techniques for this research use instrument testing, classical assumptions, multiple linear regression, hypothesis testing and the coefficient of determination R<sup>2</sup>. The analysis results obtained show that influencer marketing, product quality and online reviews have a significant influence both partially and simultaneously on purchasing decisions at the 3second Brand in Jember Regency, the results of testing the R<sup>2</sup> coefficient of determination, namely the level of influence contribution is 0.949 or 95%.*

*Keywords: Influencer Marketing, Content Quality and Online Reviews, Purchase Decisions*

