

**PENGARUH *DESIGN PRODUCT*, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE* PADA KARIN
BEAUTY GLAMOUR SUKAWATI**

Abstrak

Keputusan pembelian merupakan suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Tumbuhnya perekonomian Indonesia secara makro, membawa dampak yang baik terhadap keputusan pembelian konsumen. Pandemi Covid-19 ini banyak menyebabkan kerugian pada banyak usaha, tetapi sektor usaha kecantikan merupakan salah satu sektor yang terus berkembang dan banyak dibutuhkan oleh semua kalangan seperti bisnis *skincare*, dimana penilaian ini tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah *Design Product*, *Brand Image* dan *Brand trust*, sehingga penulis ingin meneliti ketiga variabel ini untuk mengetahui dampaknya terhadap keputusan pembelian.

Populasi penelitian ini seluruh pelanggan yang berkunjung ke Karin *Beauty Glamour* Sukawati dengan jumlah populasi tidak diketahui pasti. Sampel penelitian dipilih dengan menggunakan metode *Sampling Insidental/Accidental Sampling* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Hair. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 95 responden yang pernah berkunjung ke Karin *Beauty Glamour* Sukawati. Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis linier berganda tapi sebelum itu peneliti terlebih dahulu menggunakan pengujian validitas dan pengujian reliabilitas.

Hasil uji menunjukkan bahwa *Design Product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan *Pembelian Skincare* pada Karin *Beauty Glamour* Sukawati. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian *Skincare* pada Karin *Beauty Glamour* Sukawati dan *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan *Pembelian Skincare* pada Karin *Beauty Glamour* Sukawati.

Kata kunci: *Design Product*, *Brand Image*, *Brand Trust*, Keputusan *Pembelian*.

**THE INFLUENCE OF DESIGN PRODUCT, BRAND IMAGE AND BRAND
TRUST ON DECISIONS PURCHASE OF SKINCARE ON KARIN BEAUTY
GLAMOUR SUKAWATI**

Abstract

The purchase decision is a stage where the consumer has a choice and is ready to make a purchase or exchange between money and a promise to pay for the ownership or use of an item or service. The growth of the Indonesian economy at a macro level has had a positive impact on consumer purchasing decisions. The Covid-19 pandemic has caused many losses to many businesses, but the beauty business sector is one sector that continues to grow and is much needed by all groups, such as the skincare business, where this assessment is certainly influenced by several factors. Several factors that influence purchasing decisions are Product Design, Brand Image and Brand trust, so the authors want to examine these three variables to determine their impact on purchasing decisions.

The population of this study were all customers who visited Karin Beauty Glamor Sukawati with an unknown population size. The research sample was selected using the Incidental Sampling method with the sampling technique using the Hair formula. The sample in this study was 95 respondents who had visited Karin Beauty Glamor Sukawati. The analytical tool used to test the hypothesis is multiple linear analysis but before that the researcher first used validity testing and reliability testing.

The test results show that Product Design has a positive and significant effect on Skincare Purchasing Decisions at Karin Beauty Glamour Sukawati. Brand Image has a positive and significant effect on Skincare purchasing decisions at Karin Beauty Glamour Sukawati and Brand Trust has a positive and significant effect on Skincare Purchasing Decisions at Karin Beauty Glamour Sukawati.

Keywords: Design Product, Brand Image, Brand Trust, Decisions Purchase