

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh *influencer marketing*, penggunaan *e-commerce* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Liza Kosmetik Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di Toko Liza Kosmetik Padang, pengambilan sampel menggunakan teknik probability sampling sehingga sampel yang diambil adalah 100 konsumen yang berbelanja di Toko Liza Kosmetik. Metode analisis induktif pada penelitian ini menggunakan alat analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan program *Smart partial least square* (Smart PLS). Hasil penelitian yang didapat adalah terdapat pengaruh yang signifikan secara keseluruhan variabel yaitu *influencer marketing*, penggunaan *e-commerce* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Liza Kosmetik Padang.

**Kata Kunci :** *Influencer Marketing*, *Penggunaan E-commerce*, *Brand Image*, *Keputusan Pembelian*

## **Abstract**

This study aims to determine whether or not the influence of influencer marketing, the use of e-commerce and brand image on consumer purchasing decisions at the Liza Kosmetik Padang Store. The population in this study were all consumers who shopped at the Liza Kosmetik Store in Padang, the sampling used a probability sampling technique so that the sample taken was 100 consumers who shopped at the Liza Kosmetik Store. The inductive analysis method in this study uses a Structural Equation Modeling (SEM) analysis tool using the Smart partial least square (Smart PLS) program. The results obtained are that there is a significant effect on the overall variables, namely influencer marketing, the use of e-commerce and brand image on consumer purchasing decisions at the Liza Kosmetik Padang Store.

**Keywords: Influencer Marketing, Use of E-commerce, Brand Image, Purchase Decision**