

ABSTRAK

Fenomena penurunan jumlah member Kleveru serta tidak tercapainya target pendapatan perusahaan menjadi dasar dilakukannya penelitian ini. Penelitian berjudul “*Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Lokal dan Implikasinya terhadap Loyalitas Konsumen (Survei pada Konsumen Face Oil Kleveru di Shopee)*” menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang pernah membeli produk Kleveru di Shopee. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*), korelasi berganda, regresi berganda, dan koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis melalui uji t untuk melihat hubungan langsung maupun tidak langsung antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Influencer Marketing* dan *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi sebesar 62,1%, sedangkan 37,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Keputusan pembelian yang terbentuk selanjutnya memberikan implikasi positif terhadap loyalitas konsumen Kleveru.

Kata kunci: *Influencer Marketing, Brand Image, Keputusan Pembelian, Loyalitas Konsumen*