

## ABSTRAK

Di era modern ini, industri *makeup* dan *skincare* telah mengalami kemajuan yang luar biasa. Masyarakat semakin sadar akan pentingnya merawat kulit dan penampilan secara menyeluruh, yang telah mendorong pertumbuhan pesat dalam industri kecantikan. Keberhasilan Skintific dalam mendapatkan popularitas di Indonesia dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Selain menawarkan produk-produk berkualitas tinggi, tentu upaya pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh Skintific juga turut berkontribusi pada popularitas mereka di Indonesia. Dengan pemasaran tersebut, membuat *citra merek* Skintific baik dan tentunya membuat konsumen percaya akan kualitas produknya.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei yang dilakukan kepada masyarakat yang mengetahui produk Somethinc. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan diperoleh sebanyak 400 responden. Analisis data dilakukan dengan analisis regresi linier berganda.

Setelah dilakukan penelitian mendapatkan hasil terdapat pengaruh antara Citra Merek secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Somethinc, terdapat pengaruh antara ulasan pelanggan secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Somethinc, serta terdapat pengaruh Citra Merek dan Ulasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian pada Somethinc.

**Kata Kunci: Citra Merek, Ulasan Pelanggan, Keputusan Pembelian**