

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh komunikasi getok tular elektronik, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap pengambilan keputusan pembelian *skincare* Avoskin di Semarang, juga untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen *skincare* Avoskin.

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen *skincare* Avoskin di Semarang. Data didapatkan melalui kuesioner dari sampel berjumlah 130 orang dengan pendekatan *non-profitability*, *purposive sampling*. Kemudian, data diolah dan dianalisis menggunakan program SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi getok tular elektronik, citra merek, dan kepercayaan merek berpengaruh positif secara signifikan pada pengambilan keputusan pembelian konsumen Avoskin di Semarang.

Kata Kunci: Komunikasi Getok Tular Elektronik, Citra Merek, Kepercayaan Merek, Pengambilan Keputusan Pembelian.