

## ABSTRAK

Nama : Dea Astias  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Influencer Marketing*, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Produk *Skincare* Glad2Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *influencer marketing*, harga, dan kualitas produk terhadap niat pembelian ulang produk *skincare* Glad2Glow pada mahasiswa Universitas Malikussaleh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian mencakup seluruh mahasiswa Universitas Malikussaleh, dan sebanyak 110 responden dipilih melalui teknik *purposive sampling*, yaitu mereka yang telah menggunakan dan membeli produk *skincare* Glad2Glow sebelumnya. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung maupun melalui platform online (Google Form). Pengujian instrumen mencakup uji validitas dan reliabilitas yang menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian dinyatakan sah dan konsisten. Analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *influencer marketing* dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap niat pembelian ulang. Sementara itu, harga diketahui tidak memiliki pengaruh secara signifikan. Nilai koefisien determinasi sebesar 72% menunjukkan bahwa variabel independen dalam model mampu menjelaskan sebagian besar variabilitas perilaku pembelian ulang. Penelitian ini memberikan dasar empiris bagi pengembangan strategi pemasaran pada merek *skincare* lokal, khususnya melalui pendekatan promosi berbasis *influencer* dan peningkatan kualitas produk yang sesuai dengan ekspektasi konsumen muda.

**Kata Kunci:** *Influencer Marketing*, Harga, Kualitas Produk, Niat Pembelian Ulang, Glad2Glow