

ABSTRAK

Ratna Dwita Ansir. 2024. *Pengaruh Kredibilitas, Citra Merek, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Make Over Pada Pemasaran Omorfo Shop Pada Shopee Di Makassar*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dibimbing oleh : Buyung Romadhoni dan Syarthini Indrayani

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ,kredibilitas, citra merek, dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk make over di *marketplace Shopee*, khususnya pada toko omorfo shop di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuisioner. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli Produk Make Over di Shopee Omorfo Shop Makassar dengan total 130 responden. Analisis data yang dilakukan menggunakan regresi linear berganda melalui aplikasi SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kredibilitas berpengaruh positif tapi tidak signifikan, dengan nilai koefisien 0,228 dan nilai signifikansi sebesar $0,112 > 0,05$. Selain itu, Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan, dengan nilai koefisien 0,576 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Selain itu Kepercayaan Konsumen juga berpengaruh positif dan signifikan, dengan nilai koefisien 0,467 dan signifikansi $0,002 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa citra merek dan kepercayaan konsumen merupakan faktor utama yang berpengaruh signifikan terhadap minat beli, sedangkan kredibilitas tidak memberikan dampak yang signifikan.

Kata Kunci : Kredibilitas, Citra Merek, Kepercayaan Konsumen dan Minat Beli