

ABSTRAK

Pengaruh *Content Marketing* dan *Peer Influence* Terhadap Keputusan Pembelian Pembersih Wajah Pond's Melalui Minat Beli Konsumen Di Kota Tangerang Selatan.

Intan Natalia ¹⁾, Windarko, S.T., M.M. ²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh *Content Marketing* dan *Peer Influence* Terhadap Keputusan Pembelian Pembersih Wajah Pond's Melalui Minat Beli Konsumen di Kota Tangerang Selatan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan Metode *Purposive Sampling* sebanyak 131 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui google form, yang dianalisis Jalur (*Path Analysis*) dengan menggunakan model persamaan *Struktural* atau *Structural Equation Modelling (SEM) Software Smart Partial Least Squares (Smart-PLS)* versi 4.0.

Kata kunci: *Content Marketing*, *Peer Influence*, Keputusan Pembelian, Minat Beli.