

ABSTRAKSI

Shafifah Sam, Nomor Mahasiswa 152200026, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh Content Marketing, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee pada Nadiraa Hijab (Studi Pada Mahasiswi FISIP Angkatan 2020-2022) 2024. Dosen Pembimbing Bapak Susanta.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Content Marketing, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Jenis penelitian yang di gunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 65 responden yang diambil dari Mahasiswi FISIP angkatan 2020-2022 yang pernah berbelanja produk nadiraa hijab melalui *marketplace* shopee. Teknik sampling yang digunakan adalah *sampling purposive*. Alat untuk pengumpulan data dengan Google Form. Analisis data menggunakan Analisis Statistik Deskriptif, Regresi Linier Berganda, dan Uji Asumsi Klasik yang menggunakan SPSS (Statistical Produk and Service Solutions) Versi 30.

Hasil Penelitian ini menyimpulkan bahwa Content Marketing (X1) berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Brand Image (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Kualitas Produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Saran untuk nadiraa hijab adalah perlu memperhatikan informasi yang berada dalam konten serta target audiens yang tepat agar konsumen memahami pesan utama dan berpotensi memiliki keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Brand Image, Content Marketing, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk*