

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai pengaruh Influencer Marketing, Inovasi Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Niat Pembelian: Studi pada Sepatu Compass. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang mengetahui atau menggunakan brand sepatu lokal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 280 responden, dan analisis data dilakukan menggunakan regresi linear. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara Influencer Marketing, inovasi produk, citra merek, harga dan peningkatan niat pembelian, dengan masing – masing koefisien regresi sebesar 0,116; 0,151; 0,252; dan 0,291. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa Influencer Marketing, inovasi produk, citra merek, harga yang dilaksanakan oleh perusahaan dapat meningkatkan niat pembelian tiap pelanggan secara signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh.

Kata Kunci: *Influencer Marketing*, *Inovasi Produk*, *Citra Merek*, *Harga*, *Niat Pembelian*, *Sepatu Compass*, *Regresi Linier*.