

ABSTRAK

PENGARUH INFLUENCER, BRANDING DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PENJUALAN PRODUK HALAL QDERMA CLINIC KECAMATAN MEDAN PETISAH

Oleh :

Dinda Putri Hardini

NPM 71210215022

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh influencer, branding, dan digital marketing terhadap penjualan produk halal di QDerma Clinic Kecamatan Medan Petisah. Latar belakang penelitian didasari oleh pertumbuhan industri kecantikan dan meningkatnya kesadaran konsumen muslim terhadap pentingnya produk yang sesuai dengan prinsip halal. QDerma Clinic sebagai klinik kecantikan yang telah bersertifikasi halal menghadapi tantangan dalam meningkatkan penjualan di tengah persaingan pasar dan isu keamanan produk kecantikan. Penelitian metode kuantitatif dengan menggunakan data primer. Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara simultan, ketiga variabel tersebut berkontribusi positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan produk halal QDerma Clinic. Penelitian ini merekomendasikan optimalisasi strategi penggunaan influencer yang relevan, penguatan branding halal, serta pemanfaatan digital marketing secara terintegrasi untuk meningkatkan daya saing dan penjualan produk halal di industri kecantikan.

Kata Kunci: *Influencer, Branding, Digital Marketing, Sales, Produk Halal, QDerma Clinic*

ABSTRACT

THE EFFECT OF INFLUENCERS, BRANDING AND DIGITAL MARKETING ON SALES OF HALAL PRODUCTS AT QDERMA CLINIC, MEDAN PETISAH DISTRICT

Oleh :

Dinda Putri Hardini

NPM 71210215022

This study aims to analyze the influence of influencers, branding, and digital marketing on sales of halal products at QDerma Clinic, Medan Petisah District. The background of the study is based on the growth of the beauty industry and the increasing awareness of Muslim consumers towards the importance of products that comply with halal principles. QDerma Clinic as a halal-certified beauty clinic faces challenges in increasing sales amidst market competition and issues of beauty product safety. Quantitative method research using primary data. The results of data analysis show that simultaneously, the three variables contribute positively and significantly to increasing sales of QDerma Clinic halal products. This study recommends optimizing the strategy of using relevant influencers, strengthening halal branding, and utilizing integrated digital marketing to increase the competitiveness and sales of halal products in the beauty industry.

Keywords: Influencer, Branding, Digital Marketing, Sales, Halal Products, QDerma Clinic