ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SOMETHINC DI SHOPEE

Oleh

Puji Astuti

Somethinc adalah salah satu merek lokal paling populer di Indonesia. Somethinc didirikan pada tahun 2019 dengan tujuan untuk memenuhi permintaan masyarakat akan produk kecantikan yang berkualitas dan halal dengan harga yang terjangkau. Saat ini skincare somethinc mengalami peningkatan penjualan dengan total 10 miliar dengan total transaksi 125 ribu. Tujuan penelitian ini adalah 1. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian skincare somethinc di shopee 2. Untuk mengetahui pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian skincare somethinc di shopee 3. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian skincare somethinc di shopee. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna skincare somethinc .teknik pengambilan sampe dalam penelitian ini adalah dengan non probability sampling dengan menggunakan teknik purposive sampling dan metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda serta pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji f. hasil penelitian ini menunjukan bahwa promosi penjualan dan *online customer review* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Promosi penjualan, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian