

ABSTRAK

Pengaruh Digital Marketing, Influencer, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Bening's Skincare di Platfrom Tiktok Shop

Disusun Oleh :

Putri Syania Awidiya Hapsari

2222310016

putrisyania04@gmail.com

Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh produsen dengan informasi tentang produk mereka ataupun layanan yang bisa menginformasikan proses evaluasi konsumen melalui Digital Marketing, Influencer, dan Online Customer Review. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh Digital Marketing, Influencer, dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada produk kecantikan Bening's Skincare di Tiktok Shop. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis hubungan model dengan melihat faktor atau variabel mana yang secara signifikan dapat mempengaruhi variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah populasi infinit yang mengacu pada pelanggan yang menggunakan produk kecantikan Bening's Skincare dimana jumlah pertumbuhannya tidak terbatas dan tidak dapat diketahui secara pasti. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemshow sehingga didapatkan 96 orang responden sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digital Marketing tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk kecantikan Bening's Skincare di Platform Tiktok Shop, sedangkan Influencer berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk kecantikan Bening's Skincare di Platform Tiktok Shop, hal ini dikarenakan terbukti bahwa semakin sering calon konsumen melihat konten testimoni atau *review* dari *influencer* maka dorongan konsumen akan semakin besar dalam melakukan keputusan pembelian pada produk tersebut. dan Online Customer Review berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk kecantikan Bening's Skincare di Platform Tiktok Shop, hal ini dapat diartikan bahwa ulasan pelanggan online memainkan peran yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian karena ulasan tersebut memberikan wawasan langsung dari pengalaman pelanggan lain, membantu calon pembeli untuk membuat keputusan terbaik.

Kata Kunci: Digital Marketing, Influencer, Online Customer Review, dan Keputusan Pembelian.