

## ABSTRAK

### **PENGARUH ONLINE LIVE STREAMING, VIRAL MARKETING, ONLINE CUSTOMER REVIEW DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI BVARIABEL INTERVENING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE DAN KOSMETIK PADA TIKTOK SHOP**

Oleh

**Lislindawati**

**2122310017**

Penelitian ini bertujuan mengetahui Pengaruh Pengaruh Online *Live Streaming*, *Viral Marketing*, *Online Customer Review* Dengan Kepercayaan Sebagai variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Dan Kosmetik Pada Tiktok Shop. Jenis penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausalitas. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan probability sampling dengan menggunakan sampel jenuh dengan jumlah responden 200 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Software SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Online *Live Streaming*, *Viral Marketing*, *Online Customer Review berpengaruh* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai variabel Intervening Produk Skincare Dan Kosmetik pada Tiktok Shop.

**Kata Kunci :** Online *Live Streaming*, *Viral Marketing*, *Online Customer Review*, *Kepercayaan*, *Keputusan Pembelian*