

Judul Penelitian : Pengaruh Media sosial, *Influencer*, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *The Originote* di Shopee pada Masyarakat Kota Kediri

Dosen Pembimbing :
Ahmad Jauhari, S.Sos., M.M
Edi Murdiyanto, SH,M.M

Nama : Nada Sari
NPM : 20130210338

ABSTRAKSI

Saat ini internet telah menjadi bagian penting dari kehidupan modern seperti saat ini hingga mempengaruhi berbagai aspek, termasuk perilaku konsumen dalam membeli produk, seperti skincare yang saat ini sangat populer di kalangan konsumen. Pesatnya perkembangan teknologi telah menjadikan Shopee sebagai pilihan utama bagi konsumen di Kota Kediri untuk berbelanja. Influencer dengan jumlah pengikut yang besar dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui review dan promosi yang mereka lakukan. Selain itu, online customer review berperan penting dalam proses keputusan pembelian, meskipun sering kali terdapat review palsu yang dapat mempengaruhi keakuratan informasi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif asosiatif. Penelitian ini menghasilkan : 1). Variabel Sosial Media (X1) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk The Originote di Shopee pada Masyarakat Kota Kediri dengan. 2). Variabel *Influencer* (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk The Originote di Shopee pada Masyarakat Kota Kediri 3). Variabel *Online Costumer Review* (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk The Originote di Shopee pada Masyarakat Kota Kediri 4). Variabel Sosial Media (X1), *Influencer* (X2), dan *Online Costumer Review* (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk The Originote di Shopee pada Masyarakat Kota Kediri.

Kata Kunci : media sosial, influencer, online customer review, dan keputusan pembelian