

Pengaruh Celebrity Endorser, Kredibilitas Influencer, dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Implora di TikTok (pada pelanggan implora cosmetics di kabupaten Lamongan)

Oleh:

**Wafiyatun Hikmatul Uliyyah
Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh celebrity endorser, kredibilitas influencer dan online customer review terhadap keputusan pembelian lipstik implora di tiktok (pada pelanggan implora cosmetic di kabupaten lamongan). metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Kuesioner dan wawancara dengan instrumen Skala likert yang telah disusun oleh peneliti. Populasi penelitian ini adalah pengguna TikTok di Kabupaten lamongan yang membeli lipstik implora, sedangkan sampel yang digunakan berjumlah 97 yang telah dihitung menggunakan rumus Lemeshow. dengan penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dengan melakukan uji T dan uji F. Hasil penelitian ini yaitu secara parsial, Celebrity Endorser memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik implora di tiktok. Kredibilitas Influencer memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik implora diTiktok. Online Customer Review memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik implora di tiktok. Kemudian Celebrity Endorser, Kredibilitas Influencer dan Online Customer Review secara bersama-sama (Simultan) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: celebrity endorser, kredibilitas influencer, online customer review dan keputusan pembelian