

ABSTRAK

Olivia Eka Syafitri. 2024. Pengaruh *Digital Marketing*, *Brand Ambassador*, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Scarlett Whitening* Pada *Platform E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Madiun). Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr. Diyah Santi Hariyani, S.E., M.Si. Pembimbing (II) Dr. Apriyanti, S.E., M.M., CPSMM

Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Digital Marketing*, *Brand Ambassador*, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Scarlett Whitening* pada *Platform E-Commerce* Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Kota Madiun). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Digital Marketing*, *Brand Ambassador*, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian produk *Skincare Scarlett Whitening* Pada *Platform E-Commerce* Shopee di Kota Madiun. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah *SPSS* versi 25. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 385 responden. Berdasarkan hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa 1) *Digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare scarlett whitening* pada *platform e-commerce* shopee di Kota Madiun. 2) *Brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare scarlett whitening* pada *platform e-commerce* shopee di Kota Madiun. 3) *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare scarlett whitening* pada *platform e-commerce* shopee di Kota Madiun.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, *Brand Ambassador*, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Olivia Eka Syafitri. 2024. Pengaruh Digital Marketing, Brand Ambassador, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarlett Whitening Pada Platform E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Madiun). Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr. Diyah Santi Hariyani, S.E., M.Si. Pembimbing (II) Dr. Apriyanti, S.E., M.M., CPSMM

This study aimed to determine the influence of Digital Marketing, Brand Ambassador, and Online Customer Review towards Purchasing Decisions for Scarlett Whitening Skincare Products on the Shopee E-Commerce Platform in Madiun City. The type of research used in this study was a quantitative approach, while the analysis tool used was SPSS version 25. Sampling in this study used Purposive Sampling. The sample used was 385 respondents. Based on the results of statistical testing, it shows: (1) Digital marketing has a positive and significant effect towards purchasing decisions for scarlett whitening skincare products on the shopee e-commerce platform in Madiun City; (2) Brand ambassadors have a positive and significant effect towards purchasing decisions for scarlett whitening skincare products on the shopee e-commerce platform in Madiun City; (3) Online customer reviews have a positive and significant effect towards purchasing decisions for Scarlett Whitening skincare products on the Shopee e-commerce platform in Madiun City.

Keywords: Digital Marketing, Brand Ambassador, Online Customer Review, Purchasing Decisions.