

ABSTRAK

Pada saat ini teknologi semakin mengikuti zaman salah satu hal yang ikut berkembang adalah media sosial, hal ini sangat wajar karena media sosial tidak bisa dipisahkan dari generasi sekarang mulai yang muda dan tua. Selain untuk berinteraksi, masyarakat sering berbelanja melalui internet dengan kata lain *online shopping*. Sangat banyak sekali pebisnis *online* menggunakan cara promosi media sosial menggunakan Testimoni, Ulasan, dan *Endorsement* salah satunya Toko Seikat Kembang. Promosi media sosial *Endorsement* yang dilakukan Seikat Kembang bisa dibilang rutin. Namun dalam omzet per kuartal dapat dikatakan mengalami fase naik turun dalam hal omzet penjualan. Hal ini bisa saja dikarenakan tidak terjangkaunya dengan optimal *Endorsement* yang dilakukan selebritis instagram ataupun ada juga dari Testimoni, dan Ulasan negatif dari konsumen yang kurang puas ataupun salah paham.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Testimoni, Ulasan, Dan *Endorsement* pada Toko Seikat Kembang Kota Madiun. Menggunakan teknik dengan metode *non probability* sampling dengan menggunakan sampel responden sebanyak 384. Teknik pengambilan data dengan menggunakan SPSS (*Statistical Packager for ther Social Scierncers*) versi 27. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Testimoni, Ulasan, Dan *Endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang konsumen.

Kata Kunci: Testimoni, Ulasan, *Endorsement* dan Minat Beli Ulang

ABSTRACT

At this time, technology is increasingly keeping up with the times, one of the things that is also developing is social media, this is very natural because social media cannot be separated from the current generation, from the young and old. Apart from interacting, people often shop via the internet, in other words online shopping. Many online business people use social media promotion methods using testimonials, reviews and endorsements, one of which is the Flower Bundle Shop. Seikat Kembang's endorsement social media promotion can be said to be routine. However, quarterly turnover can be said to experience ups and downs in terms of sales turnover. This could be due to the inaccessibility of optimal endorsements by Instagram celebrities or there are also testimonials and negative reviews from consumers who are dissatisfied or misunderstood.

The purpose of this research is to determine the influence of Testimonials, Reviews and Endorsements on the Seikat Kembang Shop, Madiun City. Using non-probability sampling techniques using a sample of 384 respondents. Data collection techniques using SPSS (Statistical Packager for Social Scientists) version 27. The results of this research show that Testimonials, Reviews and Endorsements have a positive and significant effect on Purchase Interest Repeat consumers.

Keywords: Testimonials, Reviews, Endorsements and Repurchase Interest