

PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* MENGGUNAKAN MEDIA TIKTOK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING PADA MAHASISWA UNSAM

Sumiati
NIM. 19.02.01.021

Komisi Pembimbing
Rahmi Meutia, S.E., M.S.M
Dewi Rosa Indah, S.E., M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *viral marketing*, *online customer review* menggunakan media tiktok, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening pada mahasiswa UNSAM. Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian adalah mahasiswa Universitas Samudra yang pernah melakukan pembelian produk Scarlett Whitening. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 133 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi (*Adjusted R²*). Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi linear berganda $Y = 0,589 + 0,338X_1 + 0,153X_2 + 0,331X_3 + 0,233X_4$. Hasil uji t menunjukkan secara parsial *viral marketing* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening pada mahasiswa UNSAM, *online customer review* menggunakan media tiktok memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening pada mahasiswa UNSAM, kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening pada mahasiswa UNSAM, harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian scarlett whitening pada mahasiswa UNSAM. Hasil uji F menunjukkan secara simultan *viral marketing*, *online customer review* menggunakan media tiktok, kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening pada mahasiswa UNSAM. Hasil uji koefisien determinasi (*Adjusted R²*) diperoleh nilai 0,585 atau sebesar 58,5%.

Kata Kunci: *Vial Marketing*, *Online Customer Review*, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian