

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE*, *SOCIAL MEDIA MARKETING*,
DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MASKER WAJAH
DAISY ORGANIC DI BALI**

Abstrak

Keputusan pembelian menjadi pertimbangan setelah memperhatikan harga dan efektivitas dalam sebuah produk. Bagi perusahaan, keputusan pembelian konsumen merupakan pertimbangan yang cukup penting untuk diperhatikan, karena kegagalan menganalisis informasi dari keinginan para konsumen akan mempengaruhi sukses atau tidaknya penjualan produk yang perusahaan hasilkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorse*, *social media marketing*, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian Masker Wajah Daisy Organic di Bali. Penelitian ini dilakukan pada Distributor Resmi Daisy Organic yang berdomisili di Kota Denpasar dengan menggunakan sampel sebanyak 102 orang responden. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan *software* SPSS versi 25. Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menunjukkan bahwa *celebrity endorse*, *social media marketing* dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Daisy Organic. Hal ini berarti bahwa semakin baik *celebrity endorse*, *social media marketing* dan *online customer review* konsumen produk Daisy Organic maka semakin baik pula keputusan pembelian

Kata kunci: *Celebrity Endorse, Social Media Marketing, Online Customer Review, Keputusan Pembelian*