

ABSTRAK

Nama : Hervina
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *social media*, *celebrity endorsement*, dan *customer review* terhadap keputusan pembelian HB Whitening Super IP pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media*, *celebrity endorsement* dan *customer review* terhadap keputusan pembelian HB Whitening Super IP pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa FEB Universitas Malikussaleh yang pernah membeli produk HB Whitening Super IP. Sedangkan jumlah sampel pada penelitian ini adalah 102 responden dengan menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara membagikan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 25. Analisis data menggunakan uji asumsi klasik, uji parsial (t), dan uji koefisiensi determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social media*, *celebrity endorsement* dan *customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian HB Whitening Super IP Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.

Kata Kunci : *Social Media*, *Celebrity Endorsement*, *Customer Review* Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Name : Hervina
Study Program : Management
Title : The Influence of Social Media, Celebrity Endorsement and Customer Reviews on the Decision to Buy HB Whitening Super IP in Students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University.

This study aims to determine the influence of social media, celebrity endorsements and customer reviews on the purchase decision of HB Whitening Super IP in students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University. The population in this study is FEB students of Malikussaleh University who have bought HB Whitening Super IP products. Meanwhile, the number of samples in this study was 102 respondents using a non-probability sampling technique, namely purposive sampling. The data used in this study is primary data obtained by distributing questionnaires. The data analysis method used was a multiple linear regression analysis technique using SPSS 25. Data analysis uses classical assumption test, partial test (t), and determination coefficient test. The results of the study showed that social media, celebrity endorsement and customer reviews had a positive and significant effect on the purchase decision of HB Whitening Super IP in students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University.

Keywords : *Social Media, Celebrity Endorsement, Customer Review Purchase Decision*