

ABSTRAK

Nama : Annisa Ramadhani
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *TikTok Advertising*,
dan *Online Review* terhadap Minat Beli Produk Skincare
di Kalangan Mahasiswi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *TikTok Advertising*, dan *Online Review* terhadap Minat Beli Produk Skincare di Kalangan Mahasiswi. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Celebrity Endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli produk skincare Glad2Glow (G2G) di kalangan mahasiswi dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,638 > 1,661$) dan signifikansinya adalah $0,010 < 0,05$, *TikTok Advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli produk skincare Glad2Glow (G2G) di kalangan mahasiswi dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,045 > 1,661$) dan signifikansinya adalah $0,045 < 0,05$, *Online Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli produk skincare Glad2Glow (G2G) di kalangan mahasiswi dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,466 > 1,661$) dan signifikansinya adalah $0,016 < 0,05$, *Celebrity Endorsement*, *TikTok Advertising*, dan *Online Review* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli produk skincare Glad2Glow (G2G) di kalangan mahasiswi.

Kata Kunci : *Celebrity Endorsement*, *TikTok Advertising*, *Online Review*,
Minat Beli Produk