

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, *WORD OF MOUTH*, DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK OPPO *SMARTPHONE***

(Survei pada mahasiswa UPN Veteran Yogyakarta)

Fransiscus Xaverius Hokky Satria Wibawa Suryanto

NIM : 141150393

Email : hokkysatria1@gmail.com

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) pengaruh *celebrity endorsement*, *word of mouth*, dan *online customer review* secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian produk OPPO *smartphone*, (2) pengaruh *celebrity endorsement* terhadap keputusan pembelian produk OPPO *smartphone*, (3) pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk OPPO *smartphone*, dan (4) pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk OPPO *smartphone*. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebagian mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta yang pernah membeli dan menggunakan OPPO *smartphone*, pernah melihat Raisa Andriana sebagai bintang iklan OPPO *smartphone*, dan masih aktif menjadi mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta. Jumlah responden sebanyak 105 responden. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Berganda. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa *celebrity endorsement*, *word of mouth* dan *online customer review* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan.

**Kata Kunci : *Celebrity Endorsement*, *Word of Mouth*, *Online Customer Review*,
Keputusan Pembelian**