

ABSTRAK

Destiana, Nomor Induk Mahasiswa 152180008, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Online Customer Review* terhadap Kepercayaan Konsumen serta dampaknya pada Minat Beli Produk Moisturizer The Originote di Fitur Belanja Tiktok Shop pada Aplikasi Tiktok (Studi pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta Angkatan 2019-2022)”. Dosen Pembimbing I Susanta, dan Dosen Pembimbing II Indro Herry Mulyanto.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Online Customer Review* terhadap Kepercayaan Konsumen serta dampaknya pada Minat Beli Produk Moisturizer The Originote di Fitur Belanja Tiktok Shop pada Aplikasi Tiktok (Studi pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta Angkatan 2019-2022)”. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* sampling dengan jenis sampling jenuh. Responden yang digunakan sebanyak 60 orang. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah statistik deskriptif dan analisis inferensial menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan menggunakan *SmartPLS 3.0*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen, *Online Customer Review* berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen, *Celebrity Endorser* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, *Online Customer Review* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, Kepercayaan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, *Celebrity Endorser* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Konsumen, dan *Online Customer Review* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, pihak The Originote harus lebih memperhatikan dalam memilih *celebrity endorser* yang akan dijadikan sebagai alat promosi dalam mengiklankan produknya guna menumbuhkan kepercayaan konsumen yang akan berdampak pada minat beli. Selain itu The Originote sebaiknya memperhatikan juga mengenai ulasan produk yang ada di fitur belanja tiktok shop karena konsumen merasa review produk dapat bermanfaat dan dapat membantu konsumen mendapatkan informasi mengenai produk tersebut. The originote harus mampu mempertahankan kualitas dan terus melakukan inovasi terhadap produknya dan selalu menerima kritik dan saran dari para konsumennya.

Kata kunci : *Celebrity Endorser*, *Online Customer Review*, Kepercayaan Konsumen, Minat Beli