

**PENGARUH *ONLINE CONSUMER REVIEW, SOCIAL MEDIA  
ADVERTISING, DAN INFLUENCER ENDORSEMENT* TERHADAP  
*PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK KOSMETIK LUXCRIME**

**(Survei pada Mahasiswa Yogyakarta)**

Afifah Eksa Maulida

NIM 141190270

Drs. Hadi Utomo, MM

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Online Consumer Review, Social Media Advertising, dan Influencer Endorsement* terhadap *Purchase Intention* pada produk kosmetik Luxcrime yang diujikan kepada mahasiswa di Kota Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode kuantitatif dengan alat pengumpulan data berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Kota Yogyakarta yang belum pernah membeli produk kosmetik Luxcrime. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistics 26*, dengan pengumpulan sampel melalui *platform googleform* dan pengukuran data menggunakan skala *Likert*. Diperoleh hasil dari 100 responden valid memberikan hasil penelitian: (1) *online consumer review* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, (2) *social media advertising* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, (3) *influencer endorsement* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, dan (4) *online consumer review, social media advertising, dan influencer endorsement* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*.

**Kata kunci:** *online consumer review, social media advertising, influencer endorsement, dan purchase intention.*