

## ABSTRAK

Aprilia Kusuma Dewi, Nomor Induk Mahasiswa 152200114, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian Pengaruh Online *Customer Review*, *Viral Marketing* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Moisturizer The Originote* pada *Marketplace* Shopee. Dosen Pembimbing Dr. Susanta, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *online customer review*, *Viral Marketing*, dan harga terhadap keputusan pembelian produk *moisturizer The Originote*. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 97 responden yang pernah melakukan pembelian produk *moisturizer The Originote* di *marketplace* Shopee, pernah membaca *Online Customer Review* produk *moisturizer The Originote* di *marketplace* Shopee, serta pernah terpengaruh adanya konten viral produk *moisturizer The Originote*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Online Customer Review* ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk *moisturizer The Originote* pada *marketplace* Shopee, variabel *Viral Marketing* ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk *moisturizer The Originote* pada *marketplace* Shopee, dan variabel harga ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk *moisturizer The Originote* pada *marketplace* Shopee. Berdasarkan hasil penelitian ini, perusahaan harus dapat memaksimalkan *Viral Marketing* dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Online Customer Review*, *Viral Marketing*, Harga, Keputusan Pembelian