

## ABSTRAK

Peningkatan persaingan yang ketat dalam dunia industri kecantikan di Indonesia pada tahun terakhir ini mampu menciptakan berbagai produk *brand skincare* kecantikan baik merek lokal maupun merek luar negeri. Hal ini tentunya produk kecantikan sudah menjadi kebutuhan pokok, sehingga kini industri kecantikan Indonesia bersaing untuk membuat inovasi produk *skincare* dengan *ingredients* dan kegunaan yang berkualitas unggul dibanding para pesaing. Salah satu perusahaan yang menawarkan produk *brand skincare* dengan segala inovasi yang menarik dan didukung dengan kualitas zat kandungan terbaik adalah Avoskin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *celebrity endorser*, *brand image* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Avoskin pada *e-commerce* Shopee di Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian bersifat kausal komparatif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu konsumen Avoskin di kalangan masyarakat Surabaya yang pernah membeli produk *skincare* Avoskin melalui *e-commerce* Shopee. Sumber data yang digunakan yaitu data primer. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, karena jumlah konsumen Avoskin di Surabaya tidak diketahui secara pasti. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner sebanyak 98 responden yang dihitung dengan menggunakan rumus Lameshow. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, Uji F, koefisien determinasi dan Uji t dengan menggunakan program komputer SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) Versi 29.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Avoskin pada *e-commerce* Shopee di Surabaya. *Brand Image* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Avoskin pada *e-commerce* Shopee di Surabaya. *Online Customer Review* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Avoskin pada *e-commerce* Shopee di Surabaya.

**Kata Kunci:** *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, *Online Customer Review*,  
Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

*In Indonesia, lately this year the competition in the beauty industry has rapidly developed. Many products of beauty skincare either locally or broadly are being introduced to the public. It meant that beauty products have been a primary need. As a result, the industries compete with each other to innovate their skincare products with ingredients and functions that are qualified and competitive with their competitors. Avoskin is one of the companies that promote its brand with unique innovation and is supported by the best-qualified materials. This research aimed to find out and analyze the effect of celebrity endorsers, brand image, and online customer reviews on the purchasing decisions of Avoskin skincare through Shopee e-commerce in Surabaya.*

*The research was causal-comparative with a quantitative approach. Moreover, the population was consumers of Avoskin within Surabaya people who had ever purchased the product in Shopee e-commerce. The data were primary. Furthermore, the data collection technique used purposive sampling with several populations unknown. A questionnaire was distributed to 98 respondents as the sample with the Lameshow formula. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression, F-test, determination coefficient, and t-test with SPSS 29.0.*

*The result concluded that Celebrity Endorser had a positive and significant effect on the consumers' purchasing decisions for Avoskin skincare. Likewise, Brand Image had a positive and significant effect on the consumers' purchasing decisions for Avoskin skincare. Similarly, Online Customer Reviews had a positive and significant effect on the consumers' purchasing decisions for Avoskin skincare through Shopee e-commerce in Surabaya.*

**Keywords:** *Celebrity Endorser, Brand Image, Online Customer Review, Purchasing Decisions*



I certify that this translation is true and accurate. Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day

16/2/24

M. Faizal, SPd. M.Pd

STIESIA Language Center  
Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia