

ABSTRAK

Silvina Hidayah (1950110066) dengan judul “**Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review, dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Skincare The Originote**”

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *viral marketing*, *online customer review* dan *halal awareness* terhadap keputusan pembelian pada konsumen skincare The Originote di Kudus dan Jepara. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan pendekatan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Proses pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner dengan bantuan *google form* dengan sampel 100 Responden. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, Uji F dan Uji T.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1). Berdasarkan hasil Uji Statistik t (parsial) variabel *viral marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian skincare The Originote oleh konsumen dibuktikan dengan nilai (t-hitung > t table) ($3.353 > 1.986$) dan nilai sig $0.001 < 0.05$. (2). Berdasarkan hasil Uji Statistik t (parsial) variabel *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian skincare The Originote oleh konsumen dibuktikan dengan (t-hitung > t table) ($7.906 > 1.986$), dan nilai sig $0.000 < 0.05$. (3). Berdasarkan hasil Uji Statistik t (parsial) variabel *halal awareness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian skincare The Originote oleh konsumen. dibuktikan dengan nilai (t-hitung > ttable) ($4.685 > 1.986$), dan nilai sig $0.000 < 0.05$.

Kata Kunci: *Viral Marketing, Online Customer Review, Halal Awareness, Keputusan Pembelian, The Originote.*