

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh influencer marketing dan online customer review terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow. Fenomena ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan *e-commerce* dan pentingnya strategi digital dalam menarik perhatian konsumen. Glad2Glow sebagai brand lokal memanfaatkan promosi melalui *influencer* Sandrinna Michelle serta *review* konsumen di *e-commerce* untuk meningkatkan minat beli.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian analisis deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling purposive sampling* sebanyak 385 responden. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada responden yang pernah melihat promosi Glad2Glow melalui media sosial dan telah melakukan pembelian produk secara *online*. Analisis data dilakukan menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, serta uji hipotesis dengan bantuan SPSS versi 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa influencer marketing dan online customer review berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi digital yang tepat dapat menjadi faktor penting dalam memengaruhi perilaku konsumen, khususnya pada produk skincare lokal yang menyasar pasar generasi muda.

Kata kunci : *influencer marketing, online customer review, keputusan pembelian*