

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *social media marketing* dan *product review* terhadap *online purchase decision* dengan survey terhadap produk *Fashion Today Go* di *Tiktok Shop*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dimana data penelitian yang digunakan dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan total sampel 100 responden. Instrumen penelitian diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, korelasi berganda serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel mendapatkan skor rata-rata dengan kategori kurang baik. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *social media marketing* dan *product review* terhadap *online purchase decision* baik secara simultan maupun parsial.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, *Social Media Marketing* , *Product Review*
dan *Online Purchase Decision*