

***The Influence of Customer Reviews, Influencers, and Price on the Purchase Decision Serum Somethinc on E-Commerce Shopee***

**By Regina Rahmawaty**

***Abstract***

*This research is a quantitative study which aims to find out and prove the influence of customer reviews, influencers, and price on the decision to purchase somethinc serum on Shopee e-commerce. Somehinc is a local company operating in the beauty industry. Somethinc was born in May 2019. Somethinc is known for its dedication to creating high-quality skin care products. This research is quantitative research with a total of 100 respondents collected with the help of Google Form. This research uses the SEM-Partial Least Square (PLS) data analysis technique for the SmartPLS 4 application. The results of this research prove that customer reviews have a positive but not significant effect on purchasing decisions, while influencers and price have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

***Keywords:*** *Customer Reviews; Influencers; Price; Purchase Decisions.*

# **Pengaruh Ulasan Pelanggan, *Influencer*, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Serum Somethinc Pada *E-Commerce* Shopee**

**Oleh Regina Rahmawaty**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang mana bertujuan guna mengetahui dan membuktikan pengaruh ulasan pelanggan, *influencer*, dan harga terhadap keputusan pembelian serum somethinc pada *e-commerce* Shopee. Somethinc merupakan suatu perusahaan lokal yang bergerak di bidang industri kecantikan. Somethinc lahir pada Mei tahun 2019. Somethinc terkenal karena dedikasinya dalam menciptakan produk-produk perawatan kulit yang berkualitas tinggi. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan total responden 100 yang terkumpul dengan bantuan *google form*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM-Partial Least Square (PLS) aplikasi SmartPLS 4. Hasil dari penelitian ini yaitu membuktikan bahwa ulasan pelanggan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan *influencer* dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Ulasan Pelanggan; *Influencer*; Harga; Keputusan Pembelian.