

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik iklan, pemasaran melalui influencer, dan ulasan konsumen terhadap keputusan pembelian di platform e-commerce Shopee. Dalam era digital ini, strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk menarik minat dan kepercayaan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada pengguna Shopee. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Daya tarik iklan yang tinggi mampu menarik perhatian dan membentuk persepsi positif tentang produk. Pemasaran melalui influencer efektif dalam membangun kepercayaan dan keterlibatan konsumen, sementara ulasan konsumen memberikan informasi yang penting dan dipercaya oleh calon pembeli. Penelitian ini memberikan dampak praktis bagi para pemasar dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan di platform e-commerce.

Kata kunci: daya tarik iklan, pemasaran influencer, ulasan konsumen, keputusan pembelian, e-commerce Shopee.