

## ABSTRAK

### PENGARUH DUKUNGAN SELEBRITI, ULASAN PELANGGAN, DAN PEMASARAN VIRAL PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SOMETHINC* DI PROVINSI LAMPUNG

Oleh

VINNA ASADILLA

Fenomena perkembangan internet saat ini mendorong setiap perusahaan untuk melakukan pemasaran *online* melalui media sosial salah satunya adalah TikTok. TikTok merupakan platform media sosial yang menyajikan video pendek dan *live streaming*. *Somethinc* sebagai merek kecantikan yang menjual berbagai produk kosmetik dan *skincare*, menggunakan TikTok sebagai alat pemasarannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dukungan selebriti, ulasan pelanggan, dan pemasaran viral terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna TikTok di Provinsi Lampung yang pernah menggunakan produk *Somethinc*. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian lapangan di mana instrumen penelitian ini berupa penyebaran kuesioner kepada responden. Sampel yang digunakan sebanyak 130 responden yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan selebriti, ulasan pelanggan, dan pemasaran viral berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci : Dukungan Selebriti, Ulasan Pelanggan, Pemasaran Viral, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSEMENTS, CUSTOMER REVIEWS, AND VIRAL MARKETING ON TIKTOK SOCIAL MEDIA ON THE PURCHASE DECISION OF SOMETHINC PRODUCTS IN LAMPUNG PROVINCE**

**By**

**VINNA ASADILLA**

The phenomenon of internet development today encourages every company to do online marketing through social media, one of which is TikTok. TikTok is a social media platform that presents short videos and live streaming. Somethinc as a beauty brand that sells various cosmetic and skincare products, uses TikTok as its marketing tool.

This study aims to determine the influence of celebrity endorsements, customer reviews, and viral marketing on purchasing decisions. The population in this study is TikTok users in Lampung Province who have used Somethinc products. This research is categorized as field research where the research instrument is in the form of distributing questionnaires to respondents. The sample used was 130 respondents determined by purposive sampling technique. Data collection using questionnaires that have been tested for validity and reliability. The analysis in this study used multiple linear regression. The results of this study show that celebrity endorsements, customer reviews, and viral marketing have a significant effect on buying decisions.

**Keywords : Celebrity Endorsements, Customer Reviews, Viral Marketing, Purchase Decision**