

ABSTRAK

PENGARUH TAYANGAN *REVIEW* PRODUK *SKINCARE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada *Followers* Akun Tiktok @Maharajasp8)

Oleh:

KHOIRRIMA WULANDINI

Berkembangnya teknologi saat ini memunculkan adanya media baru yang pada akhirnya akan menghasilkan beragam *platform* penyebaran informasi. Media sosial TikTok salah satunya, yang menyediakan beragam konten menarik, kreatif dan dapat menarik khalayak. Bukan hanya untuk menjadi media hiburan saja namun, TikTok juga dapat menjadi sarana penyebaran informasi ataupun promosi suatu produk. Banyak dari pengguna yang membuat konten menarik, dan konten yang paling banyak diminati adalah terkait kecantikan, seperti *review* produk *skincare*. Salah satu *beauty influencer* TikTok yang sering dikenal dikalangan *beauty enthusiast* adalah tayangan *review* dari akun TikTok @maharajasp8. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tayangan *review* produk *skincare* pada akun TikTok @maharajasp8 terhadap keputusan pembelian produk *skincare* di kalangan *followers*. Penelitian ini menggunakan teori *uses and effect*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei kepada 100 responden *followers* yang ditentukan menggunakan rumus slovin. Hasil didapat bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 59,2% sedangkan sisanya 40,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, *Review* Produk, *Skincare*, TikTok, *Uses and Effect*.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SKINCARE PRODUCT REVIEW VIDEOS ON PURCHASE DECISIONS (Study on Followers of TikTok Account @maharajasp8)

By:

KHOIRRIMA WULANDINI

The advancement of technology today has given rise to new media, which in turn generates various platforms for disseminating information. One of them is TikTok, a social media platform that offers a wide range of engaging, creative content that attracts a broad audience. Not only does TikTok serve as an entertainment medium, but it also functions as a channel for sharing information or promoting products. Many users create captivating content, with beauty-related content, such as skincare product reviews, being among the most popular. One TikTok beauty influencer well-known among beauty enthusiasts is the review content from the account @maharajasp8. This research aims to determine the extent of the influence of skincare product review videos on the TikTok account @maharajasp8 on the purchasing decisions of skincare products among its followers. The study applies the Uses and Effect theory and employs a quantitative method, using a survey approach with 100 respondents who are followers of the account, selected using the Slovin formula. The results show a significant influence of the independent variable on the dependent variable, accounting for 59.2%, while the remaining 40.8% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: *Product Review, Purchase Decisions, Skincare, TikTok, Uses and Effect.*