

ABSTRAK

PENGARUH KONTEN BUATAN PENGGUNA (*USER GENERATED CONTENT*) JINISO.ID PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

Oleh

Revinka Anatasya Saskia

Penelitian ini dilatarbelakangi terkait *user generated content* (UGC) akan produk Jiniso.id di TikTok, dimana penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *user generated content* (UGC) terhadap minat beli konsumen produk Jiniso.id pada pengguna TikTok di seluruh Indonesia. Dengan menggunakan metode kuantitatif dimana dalam penelitian ini data yang diperoleh didapatkan dari hasil penyebaran kuisisioner kepada calon konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sebaran kuisisioner yaitu sebanyak 100 calon konsumen. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil dalam penelitian secara statistik menunjukkan *user generated content* (UGC) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci: *User Generated Content*, *Jiniso.id*, *TikTok* dan *Minat Beli Konsumen*

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF USER GENERATED CONTENT
JINISO.ID ON TIKTOK SOCIAL MEDIA ON CONSUMER BUYING
INTEREST**

By

Revinka Anatasya Saskia

This research is motivated by user generated content (UGC) for Jiniso.id products on TikTok, where this research aims to analyze the influence of user generated content (UGC) on consumers' buying interest in Jiniso.id products among TikTok users throughout Indonesia. Using quantitative methods, in this research the data obtained was obtained from the results of distributing questionnaires to potential consumers. The sampling technique uses purposive sampling with the number of questionnaires distributed to 100 potential consumers. Testing in this research uses simple linear regression analysis. The results of the research statistically show that user generated content (UGC) has a positive and significant influence on consumer buying interest.

Keywords: User Generated Content, Jiniso.id, TikTok and Consumer Purchase Interest