

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TIKTOK  
DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINTIFIC**

**(STUDI KASUS MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN)**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
SUMATERA SELATAN**

**OLEH**

**PUTRI**

**20612010220**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN**

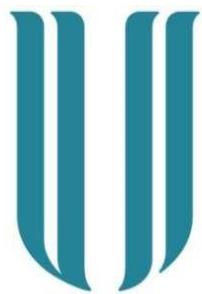
**2024**

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TIKTOK  
DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINTIFIC**

**(STUDI KASUS MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Menyusun Skripsi pada Program Strata 1 (S-1)  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Selatan



**UNIVERSITAS  
SUMATERA SELATAN**

**OLEH**

**PUTRI**

**20612010220**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN**

**2024**

### **PENGESAHAN**

**Telah diterima dan disahkan oleh Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Selatan, sebagai persyaratan untuk mengakhiri Studi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatra Selatan.**

**Hari : Sabtu  
Tanggal : 03 Agustus 2024**

**Pj. Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Sumatera Selatan**



**Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc., Ph.D  
NIDN. 0015097701**

## **ABSTRACT**

*Purchasing decisions are consumers actions that are influenced by several influencing factors such as economics, technology, culture advertising, and location, people, processes and physical evidence enable consumers to process existing information and draw conclusions that they can conclude in response to the product purchased. The purpose of this research is to determine the influence of Social Media Marketing TikTok and Online Customer Reviews on Skintific purchasing decisions. The number of sampels in this study was 50 respondents using purposive sampling technique. The analysis technique used is multiple linear reegression analysis, t-test, f test. The result of this research show that TikTok Social Media Marketing has a positive and significant effectnon purchasing decisions. Online Customer Reviews have a significant positive effect on purchasing decisions. Social Media Marketing TikTok and Online Customer Reviews have a positive and significant influence on Skintific purchasing decisions (Case Study of Students at the Faculty of Economics, University of South Sumatra).*

**Keywords:** *Social Media Marketing TikTok, Online Customer Review and Purchase Decisions*

## **ABSTRAK**

Keputusan Pembelian merupakan tindakan konsumen yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mempengaruhi seperti ekonomi, teknologi, budaya, iklan, dan lokasi, orang, proses dan bukti fisik memungkinkan konsumen untuk memproses informasi yang ada dan menarik kesimpulan yang dapat mereka simpulkan sebagai tanggapan terhadap produk yang dibeli. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Social Media Marketing* TikTok dan *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian Skintific. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 50 responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji-t dan uji f. Hasil pada penelitian ini menunjukkan *Social Media Marketing* TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Online Customer Review* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. *Social Media Marketing* TikTok dan *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Skintific* (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Selatan).

**Kata Kunci:** *Social Media Marketing* TikTok, *Online Customer Review* dan Keputusan Pembelian