

**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 Sumatera 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 Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Selatan).

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