

ABSTRAK

LYDYANI DEWI ASTUTI. NIM 2020116017. Pengaruh Promosi Media Sosial

TikTok Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Serum Your Skin Bae Pada Akun

@Avoskinbeauty. Dibawah bimbingan Bapak Drs. Dedy Wahyudi, MM.

Saat ini semakin banyak bentuk usaha di bidang kecantikan, banyaknya pesaing di bidang ini membuat masing – masing usaha dituntut untuk membentuk strategi pemasaran agar dapat menarik minat beli konsumen. Salah satu cara meningkatkan minat untuk membeli yaitu dilakukan kegiatan promosi dengan menggunakan promosi yang tepat maka akan meningkatkan minat beli konsumen. Promosi yang banyak digunakan adalah promosi digital dengan menggunakan media sosial.

Penggunaan media sosial periode 2023 pada posisi pertama ditempati oleh media sosial TikTok dalam kategori minat penggunaan media sosial pada masyarakat.

TikTok juga dimanfaatkan oleh produk kecantikan Avoskin sebagai media pemasaran produk nya khususnya pada serum your skin bae untuk menarik minat konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Adapun populasi dalam penelitian ini berjumlah 612.040 orang dengan sample 100 responden.

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden.

Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana, analisis koefisien determinasi dan uji T.

Hasil Analisis menunjukan pengaruh promosi media sosial terhadap minat beli berpengaruh signifikan dan positif. Besarnya pengaruh promosi media sosial terhadap minat beli sebesar 95.3% sisanya 4.7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari variabel di penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengolahan data angket, diketahui bahwa dimensi tertinggi dari variabel media sosial adalah context dengan indikator akun @Avoskinbeauty memiliki konten yang menarik untuk ditampilkan yang berkontribusi secara positif pada minat beli konsumen produk serum your skin bae pada akun @Avoskinbeauty.

Kata kunci : TikTok, Media Sosial, Minat Beli

ABSTRACT

LYDYANI DEWI ASTUTI. NIM 2020116017. The Influence of TikTok Social Media Promotion on Consumer Purchase Interest in Your Skin Bae Serum Produk on the @Avoskinbeauty Account. Under the guidance of Drs. Dedy Wahyudi, MM. Currently, there are more and more forms of business in the beauty sector. The large number of competitors in this field means that each business is required to form a marketing strategy in order to attract consumer interest. One way to increase interest in buying is to carry out promotional activities using appropriate promotions, which will increase consumer buying interest. Promotions that are widely used are digital promotions using social media. The use of social media for the 2023 period in the first place is occupied by social media TikTok in the category

of interest in using social media among the public. TikTok is also used by Avoskin beauty products as a marketing medium for their products, especially their skin beauty serum, to attract consumer interest.

This research uses quantitative descriptive analysis methods. The population in this study was 612,040 people, with a sample size of 100 respondents. The data collection method uses a questionnaire filled out by respondents. The analysis in this study uses simple linear regression analysis, analysis of the coefficient of determination, and the T test.

The analysis results show that the influence of social media promotion on buying interest has a significant and positive effect. The magnitude of the influence of social media promotion on purchasing interest is 95.3%; the remaining 4.7% is influenced by other variables outside of the variables in this study.

Based on the results of questionnaire data processing, it is known that the highest dimension of the social media variable is context, with the indicator that the @Avoskinbeauty account has interesting content to display, which contributes positively to consumers' buying interest in your skin beauty serum products on the @Avoskinbeauty account.

Keywords: TikTok, social media, purchase interest