

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* PADA TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pengguna Scarlett Whitening di TikTok)**

ABSTRAK Oleh:

**Novi Agustya Indarti
1961021**

**Dosen Pembimbing:
Dr. Nuri Purwanto, S.ST., MM**

Scarlett whitening merupakan produk *skincare* lokal yang dikeluarkan oleh artis papan atas Felicya Angelista pada tahun 2017 dan sudah memiliki izin BPOM, yang artinya aman untuk digunakan. Scarlett whitening mulai memperkenalkan produknya dengan memanfaatkan media sosial seperti TikTok. Pemasaran pada TikTok diharapkan mampu meningkatkan angka penjualannya yang diperoleh dari hasil keputusan pembelian oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *content marketing* dan *online customer review* pada TikTok terhadap keputusan pembelian pada pengguna scarlett whitening di TikTok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan *explanatory research* yang bertujuan untuk menguji hipotesis guna menjelaskan kedudukan antar variabel. Populasi penelitian ini yaitu pengguna scarlett whitening yang melakukan pembelian pada TikTok karena terpengaruh *content marketing* serta *online customer review* scarlett di TikTok. Sedangkan sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis. Berdasarkan analisis dapat disimpulkan bahwa *content marketing* dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian scarlett whitening di TikTok. Semakin baik *content marketing* dan *online customer review* produk scarlett whitening di TikTok maka akan meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen terhadap scarlett whitening.

Kata kunci: *Content Marketing, Online Customer Review, Keputusan Pembelian*