**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN PROMOSI PENJUALAN
PADA TIKTOK SKINTIFIC_ID TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Skintific Di Jombang)**

**Abstrak Oleh :
Yusliana Fauziah Latif
2061109**

**Dosen Pembimbing :
Dr. Indra Kurniawan,S.Sos.,MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *content marketing* dan promosi penjualan pada *Tiktok Skintific_Id* terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research* dengan sampel yang terdiri dari 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *convenience sampling*, dengan sumber data primer melalui penyebaran kuesioner melalui google form, dan data sekunder dari buku, jurnal, situs web. Metode analisis ini menggunakan uji validitas, analisis linier berganda, dan uji hipotesis dengan bantuan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *content marketing* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *Tiktok Skintific_Id*, dan promosi penjualan berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian pada *Tiktok Skintific_Id*.

Kata Kunci : *Content Marketing*, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian