

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin masif dimanfaatkan para pemasar sebagai media untuk mempromosikan produknya. Terdapat berbagai pemanfaatan aplikasi Tiktok salah satunya adalah konten *review*. Konten *review* dapat menjadi strategi untuk menarik calon konsumen dan memunculkan minat pembelian. Penelitian ini berfokus pada salah satu *creator* Tiktok Natasha Surya yang membuat konten *review* tentang *vacuum cleaner* Tineco. Natasha Surya dipilih karena eksistensinya dalam dunia Tiktok dibuktikan dengan penobatan *Top Creator* pada kategori *Home & Living* pada Tiktok Shop Summit 2022 Awards. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten *review vacuum cleaner* Tineco pada akun Tiktok Natasha Surya terhadap minat beli *followers*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan *followers* akun Tiktok Natasha Surya yang telah menonton konten *review vacuum cleaner* Tineco. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Setelah dilakukan uji statistik dengan bantuan aplikasi SPSS 26.00, hasil menunjukkan bahwa konten *review vacuum cleaner* Tineco pada akun Tiktok Natasha Surya memiliki pengaruh dan hubungan yang signifikan terhadap minat beli *followers*. Hal tersebut berdasarkan hasil nilai  $R^2$  yang diperoleh sebesar 48,6 atau 48.6% .Pada perhitungan korelasi *product moment* diperoleh nilai 0,697 yang masuk ke dalam kategori kuat. Selain itu angka signifikansi menunjukkan nilai 0.00 dimana  $0,000 < 0,05$ . Sehingga terdapat pengaruh konten *review vacuum cleaner* pada akun Tiktok Natasha Surya terhadap minat beli *followers*.

**Kata Kunci :** Tiktok, konten *review*, Natasha Surya, Minat Beli, *vacuum cleaner*

## **ABSTRACT**

*Increasingly massive technological developments caused by marketers as a medium to promote their products. There are various uses for the Tiktok application like review that can be a strategy to attract potential customers and generate purchase interest. This research focused on one of Tiktok creators called Natasha Surya, who creates review content about Tineco's vacuum cleaners. Natasha Surya was chosen because of her existence in the Tiktok's world as evidenced by the title of Top Creator in the Home & Living category at Tiktok Shop Summit 2022 Awards. This study aims to determine the effect of Tineco vacuum cleaner review content on the Tiktok Natasha Surya account on followers' buying interest. The study used Elaboration Likelihood Model (ELM) theory with a quantitative approach and survey method. The sample was 100 respondents who are followers of the Natasha Surya Tiktok account. This study using purposive sampling technique. After statistical tests with SPSS 26.00 application, the results showed that the Tineco vacuum cleaner review content on Natasha Surya Tiktok account had a significant influence and relationship to followers' buying interest. This is based on the results of the R<sup>2</sup> value obtained at 48.0 or 48%. In the product moment correlation calculation, a value of 0.697 is obtained which is included in the strong category. In addition, the significance number shows a value of 0.00 where  $0.000 < 0.05$ . So that there is an influence on the vacuum cleaner review content on the Tiktok Natasha Surya account on the interest in buying followers.*

**Keywords:** *Tiktok, review content, Natasha Surya, Purchase Intention, vacuum cleaner*