

**PENGARUH *REVIEW PRODUK* DAN *KONTEN MARKETING* PADA
TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAVIENA
SKINCARE.**

Mabela Qur'andani

NIM 141190035

Mabellaqurandani12@gmail.com

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh review produk dan konten pemasaran pada TikTok terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Daviena Skincare. Sampel yang digunakan sebanyak 127 orang yang pernah menggunakan Daviena Skincare. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) review produk dan content marketing berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, 2) review produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) content marketing berpengaruh secara parsial. berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Review Produk, Konten Marketing, Keputusan pembelian