

ABSTRAK

TikTok saat ini bukan hanya sebagai media hiburan, namun telah berkembang menjadi *social commerce*, di mana TikTok juga sebagai tempat untuk berbelanja *online*. Salah satu fitur yang mendukung berbelanja *online* adalah *Live TikTok*. Putu Maharaja merupakan TikTok *affiliator* yang berfokus pada pemasaran produk-produk *skincare* melalui *Live TikTok*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *personal selling* TikTok *affiliator* Putu Maharaja terhadap *impulsive buying behaviour* produk *skincare* melalui *Live TikTok*. Penelitian ini menggunakan model *Goals-Plans-Action* (GPA), konsep *Personal Selling* dan konsep *Impulsive Buying Behaviour*. Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *personal selling* yang dilakukan Maharaja dapat membuat seseorang melakukan *impulsive buying*. Berdasarkan hasil penelitian ini, tindakan *impulsive buying* yang dilakukan oleh para *audience* Maharaja merujuk kepada *planned impulsive buying* dan *suggestion impulsive buying*. Hal ini disebabkan oleh strategi yang Maharaja lakukan, seperti membuat *personal branding*, melakukan *live shopping*, serta memberikan *review* secara langsung pada saat *live TikTok*. Maharaja juga membangun hubungan baik dengan audiens melalui komentar-komentar audiens yang ia balas di video maupun *live TikTok*. Hal tersebut menjadi faktor penting dalam melakukan *personal selling*, tidak hanya itu Maharaja menerima konsultasi mengenai permasalahan kulit. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa *review* yang dilakukan oleh Maharaja merupakan sebuah *review* jujur yang dikemas dengan konsep *story telling* serta menggunakan gaya bahasa hiperbola, persuasif dan menghibur. Dengan semua strategi *personal selling* yang Maharaja lakukan berhasil membuat audiens melakukan pembelian secara impulsif.

Kata Kunci: *Personal Selling, Impulsive Buying Behaviour, TikTok Affiliator, Live TikTok*

ABSTRACT

TikTok is currently not only an entertainment media, but has developed into social commerce, where TikTok is also a place to shop online. One of the features that supports online shopping is Live TikTok. Putu Maharaja is a TikTok affiliate who focuses on marketing skincare products through Live TikTok. This study aims to determine the personal selling strategy of TikTok affiliate Putu Maharaja on impulsive buying behavior of skincare products through Live TikTok. This research uses the Goals-Plans-Action (GPA) model, the concept of Personal Selling, and the concept of Impulsive Buying Behavior. The research method uses descriptive qualitative by using data collection techniques, namely interviews, observations, and literature studies. The results of this study indicate that Maharaja's personal selling strategy can make someone do impulsive buying. Based on the results of this study, the impulsive buying actions taken by Maharaja's audience refer to planned impulsive buying and suggestion impulsive buying. This is due to the strategies that Maharaja uses, such as creating personal branding, doing live shopping, and providing reviews directly during live TikTok. Maharaja also builds good relationships with audiences through audience comments that he replies to in videos and live TikTok. This is an important factor in personal selling, not only that Maharaja receives consultations about skin problems. This research also shows that the review conducted by Maharaja is an honest review that is packaged with the concept of storytelling and uses hyperbole, persuasive, and entertaining language styles. With all these personal selling strategies, Maharaja succeeded in making the audience make impulse purchases.

Keywords: *Personal Selling, Impulsive Buying Behaviour, TikTok Affiliator, Live TikTok*