

## ABSTRAK

TikTok saat ini menjadi media sosial yang populer di Indonesia. Banyak *brand* yang melakukan pemasaran produknya di TikTok dan melakukan berbagai strategi agar mampu bersaing dengan *brand* lain. Akun TikTok @mayoutfitofficial adalah salah satu *brand fashion* yang melakukan pemasaran melalui konten TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan konten akun TikTok @mayoutfitofficial terhadap pembelian impulsif produk oleh *followers*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu SOR (Stimulus-Organisme-Respon). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *purposive sampling* dan didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Setelah dilakukan uji statistik dengan bantuan aplikasi SPSS 24.00, hasil penelitian ini ditemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terpaan konten akun TikTok @mayoutfitofficial terhadap pembelian impulsif produk oleh *followers*. Berdasarkan hasil nilai  $R^2$  yang diperoleh sebesar 44,5 atau 44,5%. Pada perhitungan korelasi *product moment* diperoleh nilai 0,667 yang masuk dalam kategori kuat. Lalu pada nilai signifikansi menunjukkan nilai 0,000 dimana  $0,000 < 0,05$ , sehingga terdapat pengaruh terpaan konten akun TikTok @mayoutfitofficial terhadap pembelian impulsif produk oleh *followers*.

Kata kunci : Terpaan Media, Akun TikTok, Pembelian Impulsif

## **ABSTRACT**

*TikTok is currently a popular social media in Indonesia. Many brands market their products on TikTok and carry out various strategies to be able to compete with other brands. The TikTok account @mayoutfitofficial is a fashion brand that markets through TikTok content. This research aims to determine the effect of exposure to the content of the TikTok account @mayoutfitofficial on impulsive product purchases by followers. The theory used in this research is SOR (Stimulus-Organism-Response). This research is quantitative research with a descriptive approach. The data collection technique in this research uses a questionnaire. The sampling technique used purposive sampling and the sample size was 100 people. Data analysis techniques use descriptive analysis and simple linear regression analysis. After conducting statistical tests with the help of the SPSS 24.00 application, the results of this research found that there was a positive and significant influence of exposure to the content of the TikTok account @mayoutfitofficial on impulsive purchases of products by followers. Based on the results, the  $R^2$  value obtained was 44.5 or 44.5%. In calculating the product moment correlation, a value of 0.667 was obtained, which is in the strong category. Then the significance value shows a value of 0.000 where  $0.000 < 0.05$ . So there is an influence of the content of the TikTok account @mayoutfitofficial on impulsive product purchases by followers.*

*Keywords: Media Exposure, TikTok Account, Impulsive Buying*