

ABSTRAKSI

Puruhita Sekarwening, Nomor Mahasiswa 152210083, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *Key Opinion leader* ‘Doktif’ dan *Online Customer Review* Terhadap *Purchase Intention Skincare* Skintific Oleh Generasi Z” (Studi pada pengguna aplikasi TikTok). Dosen pembimbing Susanta.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *key opinion leader* dan *online customer review* terhadap *purchase intention* produk *skincare* skintific dengan menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 97 responden yang merupakan generasi Z, memiliki aplikasi TikTok, mengetahui akun “Doktif”, dan belum pernah membeli produk merek skintific. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan *purposive sampling* dengan pengumpulan data menggunakan *google form*. Analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS Ver 29.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *key opinion leader* (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* (Y). *Online customer review* (X2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* (Y). *Key opinion leader* (X1) dan *online customer review* (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* (Y).

Saran untuk skintific berdasarkan hasil penelitian adalah dapat lebih aktif mengelola *customer review* (ulasan konsumen) di media sosial. Memberikan tanggapan terhadap *review* secara terbuka dapat menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat beli Gen Z.

Kata Kunci: *Key Opinion leader (KOL), Online Customer Review (OCR), Purchase Intention*