

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Video *Review Beauty Content Creator* Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote (Studi Kasus Mahasiswi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah video *review beauty content creator* pada aplikasi Tiktok berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk The Originote pada mahasiswi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Data penelitian ini berasal dari data primer yang membagikan kuesioner kepada responden dan data sekunder yang didapat melalui studi pustaka. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif dan uji Analisis Regresi Linear Sederhana yang diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Populasi penelitian ini adalah mahasiswi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang pernah melakukan pembelian produk The Originote dengan sampel sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil hipotesis uji t variabel video review beauty content creator berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini terbukti dari tingkat signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis penelitian ini menerima H_a . Hipotesis yang menyatakan menerima H_a menunjukkan bahwa variabel video *review beauty content creator* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Analisis koefisien determinasi (R^2) adalah 0,505 artinya perubahan keputusan pembelian mampu diterapkan oleh perubahan variabel video *review beauty content creator* secara bersama-sama sebesar 50,5%.

Kata Kunci: Review Content Creator, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research is entitled "The Influence of Beauty Content Creator Video Reviews on the TikTok Application on Purchase Decisions of The Originote Products (Case Study of DIII Business Administration Students at Politeknik Negeri Sriwijaya)." The purpose of this study is to determine whether video reviews by beauty content creators on the TikTok application influence the purchase decisions of The Originote products among DIII Business Administration students at Politeknik Negeri Sriwijaya. The research data consists of primary data collected by distributing questionnaires to respondents and secondary data obtained through literature studies. The method used is a descriptive quantitative research method with a Simple Linear Regression Analysis test processed using SPSS version 26. The population of this study is DIII Business Administration students at Politeknik Negeri Sriwijaya who have purchased The Originote products, with a sample size of 100 respondents. Based on the t-test hypothesis results, the variable of beauty content creator video reviews has a positive influence on purchase decisions. This is proven by the t significance level being less than 0.05 ($0.000 < 0.05$), thus accepting the research hypothesis (H_a). The acceptance of H_a indicates that the variable of beauty content creator video reviews partially has a significant effect on purchase decisions. The coefficient of determination (R^2) is 0.505, meaning that changes in purchase decisions can be explained by changes in the beauty content creator video review variable by 50.5%.

Keywords: Content Creator Reviews, Purchase Decision