

ABSTRAK

Hadirnya teknologi digital, membuka peluang baru bagi pelaku bisnis untuk memanfaatkannya sebagai pemasaran digital. Para pelaku bisnis mulai aktif membuat konten di TikTok agar bisa menjangkau calon konsumen. Konten marketing yang dibuat mempunyai tujuan untuk menginformasikan suatu produk sehingga target konsumen dapat mengetahui dan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Keputusan pembelian konsumen menjadi hal yang penting bagi kemajuan suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan loyalitas konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh daya tarik konten marketing akun tiktok @somethincofficial terhadap keputusan pembelian produk somethinc. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang memenuhi kriteria sampel dan diambil dengan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Daya Tarik Konten Marketing akun Tiktok @somethincofficial terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Daya Tarik, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The presence of digital technology opens up new opportunities for business people to use it as digital marketing. Business people are starting to actively create content on TikTok in order to reach potential consumers. Marketing content created has the aim of informing a product so that target consumers can find out and be interested in buying the products offered. Consumer purchasing decisions are important for the progress of a company to gain profit and consumer loyalty. The purpose of this study was to determine the effect of the attractiveness of content marketing on the tiktok account @somethincofficial on purchasing decisions for somethinc products. The research method used in this study is a quantitative approach with a total sample of 100 respondents who meet the sample criteria and are taken by purposive sampling technique. The results of the study show that there is an influence between the Attractiveness of the Marketing Content of the Tiktok @somethincofficial account on the Decision to Purchase Somethinc Products.

Keywords: Marketing Communication, Attractiveness, Purchase Decision