

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *BRAND LOVE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT WHITENING*
MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

ABSTRAK

Oleh :

Cici Apriliantyza

1861260

Dosen Pembimbing :

Nuri Purwanto, S.ST., MM

Keputusan pembelian adalah hal yang sangat penting dalam kemajuan bisnis karena keputusan pembelian merupakan hal yang digunakan untuk menciptakan strategi pemasaran. Salah satu strategi perusahaan dalam membangun komunikasi yang baik dengan melakukan promosi. Promosi dapat dilakukan secara *online*. salah satunya dengan cara melakukan promosi di media sosial Tiktok. Salah satunya produk perawatan kulit yang melakukan pemasaran lewat konten Tiktok yaitu *Scarlett Whitening*.

Penelitian yang dilakukan memiliki tujuan untuk mencari tahu pengaruh *content marketing* dan *brand love* terhadap keputusan pembelian produk *scarlett whitening* melalui media sosial Tiktok. Penelitian dilakukan pada 150 responden yang memiliki kriteria pengguna produk *scarlett whitening* dan pernah membeli produk *scarlett whitening* di Tiktok dengan pengambilan sampel memakai *teknik accidental sampling*. Data dikumpulkan dengan kusioner dan wawancara. Regresi linier berganda dipakai untuk analisis data memakai software SPSS.

Berdasarkan analisis dapat disimpulkan bahwa *content marketing* dan *brand love* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *scarlett whitening* melalui media sosial Tiktok.

Kata Kunci : *Content Marketing, Brand Love* dan Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF CONTENT MARKETING AND BRAND LOVE ON
THE DECISION TO BUY SCARLETT WHITENING PRODUCTS
THROUGH SOCIAL MEDIA TIKTOK**

ABSTRACT

By :

Cici Apriliantyza

1861260

Supervisor:

Nuri Purwanto, S.ST., MM

The purchase decision is very important in business progress because the purchase decision is something that is used to create a marketing strategy. One of the company's strategies in building good communication by promoting. Promotions can be done online. one of them is by promoting on Tiktok social media. One of them is a skin care product that does marketing through Tiktok content, namely Scarlett Whitening.

The research conducted aims to find out the influence of content marketing and brand love on the decision to buy scarlett whitening products through Tiktok social media. The study was conducted on 150 respondents who had the criteria for using scarlett whitening products and had purchased scarlett whitening products on Tiktok by sampling using accidental sampling techniques. Data were collected by questionnaire and interview. Multiple linear regression is used for data analysis using SPSS software.

Based on the analysis, it can be concluded that content marketing and brand love have a significant effect on the purchase decision of scarlett whitening products through Tiktok social media. Based on the results of partial testing (t-test) content marketing affects purchasing decisions.

Keywords: Content Marketing, Brand Love and Purchasing Decisions