

ABSTRAK

Rindy Atika, 15819589

Pengaruh Konten Review Beauty Influencer dan Brand Image L'Oreal Paris terhadap Loyalitas Konsumen pada Followers Tiktok lorealparisid_shop.

Kata Kunci: Konten Review, Beauty Influencer, Brand Image

(xii + 83 + lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Konten *Review Beauty Influencer* dan *Brand Image* L'Oreal Paris terhadap Loyalitas Konsumen pada *Followers* Tiktok lorealparisid_shop. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan teori *uses and effect*. Populasi penelitian ini adalah 643,600 *followers* TikTok lorealparisid_shop pada tanggal 17 Mei 2023. Sampel sebanyak 100 responden dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan rumus slovin dan margin of error 10%. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa nilai *f* hitung lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Ini menunjukkan bahwa Konten *Review Beauty Influencer* (X1) dan *Brand Image* L'Oreal Paris (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada *followers* TikTok lorealparisid_shop. Selanjutnya, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel X1 yaitu Konten *Review Beauty Influencer* memiliki nilai *R square* sebesar 0,624, sedangkan variabel X2 yaitu *Brand Image* L'Oreal Paris memiliki nilai *R square* sebesar 0,578. Ini menunjukkan bahwa Konten *Review Beauty Influencer* (X1) memiliki pengaruh yang lebih kuat dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) dibandingkan dengan *Brand Image* L'Oreal Paris (X2). Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Konten *Review Beauty Influencer* dan *Brand Image* L'Oreal Paris memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada *followers* TikTok lorealparisid_shop dan Konten *Review Beauty Influencer* (X1) dianggap lebih kuat dalam memengaruhi Loyalitas Konsumen (Y) dibandingkan dengan *Brand Image* L'Oreal Paris (X2).

Daftar Pustaka (1999-2022)