

ABSTRAK

Ira Qurrotul Ain, 10821427

Pengaruh Konten *Review* Kuliner Pada Akun Tiktok @Codebluuuu Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Followers

Kata Kunci : Konten Kreator, Review, Kuliner, Keputusan Pembelian, Teori AIDDA
(xiv + 86 + Lampiran)

Media sosial yang semakin beragam membawa berbagai inovasi dalam mengekspresikan kreativitas. Setiap individu dapat mengungkapkan ide mereka melalui platform ini, termasuk dalam aplikasi TikTok yang kini menjadi sangat populer berkat fitur-fiturnya yang menarik. TikTok, yang fokus pada video singkat, tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, melainkan juga sebagai alat untuk menyampaikan informasi, seperti ulasan kuliner yang mendapat minat tinggi di kalangan masyarakat. Salah satu pembuat konten *review* kuliner di TikTok adalah @codebluuuu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai dampak konten ulasan yang diunggah di akun TikTok @codebluuuu terhadap keputusan pembelian para pengikutnya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik purposive sampling. Teori yang menjadi landasan penelitian ini adalah Teori AIDDA yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm. Responden dalam penelitian ini adalah pengikut dan penonton akun TikTok @codebluuuu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ulasan kuliner di TikTok @codebluuuu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Daftar Pustaka (2002-2023)