

ABSTRAK

TALITHA NAJLA MAURILLA, 10820751

Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Live Terhadap Minat Beli Produk Pada Akun TikTok @innisfreeindonesia

Kata Kunci: Media Sosial, TikTok, TikTok Live, Minat Beli, @innisfreeindonesia.

(xi + 80 + Lampiran)

Masyarakat mulai menggunakan TikTok sebagai aplikasi untuk media hiburan, menyalurkan kreativitas, menyebarkan edukasi, serta wadah bagi para pembisnis untuk menawarkan produk dan jasa yang mereka tawarkan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial TikTok live terhadap minat beli pada akun TikTok @innisfreeindonesia. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *S-O-R* (McQuail, 2010:466). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial TikTok Live @innisfreeindonesia memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap sikap *followers* dengan persentase sebesar 49,6 % sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial TikTok live mempengaruhi minat beli produk. Selain itu, terdapat perubahan minat beli *followers* berupa minat transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif yang disebabkan penggunaan media sosial TikTok live.

Daftar Pustaka (1989 – 2021)