

ABSTRAK

WINDY PUTRI IRYANTO. 10820790

PENGARUH TERPAAN KONTEN *A DAY IN MY LIFE* PADA AKUN TIKTOK @NDSHVV TERHADAP MINAT BELI PRODUK CAMILLE BEAUTY

Kata Kunci: Terpaan Konten, Minat Beli, Teori Uses and Gratification

(xiii + 71 + Lampiran)

Pada masa pandemi, kepopuleran produk kecantikan dan perawatan kulit mencapai puncaknya, dan perusahaan-perusahaan di industri ini berlomba-lomba untuk memasarkan produk mereka melalui berbagai *platform* media sosial, termasuk Tiktok. Jumlah konten kecantikan di *platform* Tiktok mengalami peningkatan sebanyak empat kali lipat selama tahun terakhir pada 2021. Camille Beauty adalah salah satu merek kecantikan yang menggunakan TikTok sebagai saluran komunikasi pemasaran, dengan menghadirkan konten *a day in my life* yang berhasil memicu minat pembelian dari banyak orang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan konten *a day in my life* pada akun Tiktok @ndshvv terhadap minat beli produk Camille Beauty. Metode dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan analisis statistik dan menggunakan paradigma positivisme. Populasi diambil secara *purposive sampling* yaitu *followers* akun Tiktok @ndshvv. Sampel berjumlah 100 responden yang disebar luaskan kepada *followers* akun Tiktok @ndshvv. Dengan menggunakan rumus slovin. Penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratification. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji linearitas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linier sederhana, uji T (Parsial) dan koefisien determinasi (R square). Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terpaan konten *a day in my life* pada akun Tiktok @ndshvv berpengaruh terhadap minat beli produk Camille Beauty.