

ABSTRAK

ANNISA NUR FISSILMI KAFAH. 10820109

Pengaruh Intensitas dan Konten Review Akun “Gendudgurl” sebagai *Influencer* Produk Makanan di TikTok terhadap Minat Beli *Followers*

Kata kunci: Pengaruh, Media Sosial, TikTok, Intensitas, Konten, Minat Beli

(xv + 92 + Lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh mengenai intensitas dan konten TikTok “Gendudgurl” terhadap minat beli followers. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif berbentuk angket kuesioner dengan menggunakan *Google Form*. Adapun teori yang digunakan adalah *Uses and Effetcs Theory* dimana penggunaan media yang meningkat dari waktu ke waktu akan menimbulkan efek bagi audiens nya. Populasi dalam penelitian ini adalah followers akun TikTok “Gendudgurl”, dengan jumlah sampel yang dibutuhkan 100 responden. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh intensitas dan konten *review* akun “Gendudgurl” sebagai *influencer* produk makanan di TikTok terhadap minat beli *followers* sebesar 55,1% sedangkan 44,9% sisanya ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hasil uji korelasi menunjukkan Minat beli *followers* dalam kategori korelasi kuat. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan kepada akun TikTok “Gendudgurl” untuk terus mempertahankan tema konten yang sekarang ini karena memiliki dampak yang baik bagi masyarakat dalam mencari informasi seputar produk makanan.

Daftar Pustaka (2009 – 2022)