

ABSTRAK

Nama : Anas Tasya Putri Sambas
NIM : 44320010084
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING PADA AKUN TIKTOK @CICICHANIA96 TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
Pembimbing : Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom

Semakin luasnya penggunaan media sosial saat ini menyebabkan pemasar lebih memilih pemasaran melalui media online daripada model promosi penjualan tradisional. Salah satu media sosial yang digunakan juga sebagai media pemasaran online adalah TikTok, dan akun @cicichania96 merupakan salah satu yang menjadi pelaku bisnis online melalui media sosial TikTok. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur dan menjelaskan pengaruh *Social Media Marketing* pada akun TikTok @cicichania96 terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini fokus pada dua variabel, yakni *Social Media Marketing* (X) dan Keputusan Pembelian (Y). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teori yang digunakan adalah AISAS Model. Penarikan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling. Populasi penelitian ini terdiri dari pengikut TikTok @cicichania96 dengan jumlah sampel 100 yang dihitung menggunakan teknik Slovin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa antara *Social Media Marketing* (X) dan Keputusan Pembelian (Y) terdapat tingkat hubungan yang kuat dan positif. Setiap penambahan 1 poin pada nilai variabel X menghasilkan penambahan koefisien sebesar 1,214. Kegiatan *Social Media Marketing* (X) memberikan pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 62,8%. Pengaruh antar variabel menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Social Media Marketing* akun @cicichania96 terhadap Keputusan Pembelian.

Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa mayoritas responden melakukan keputusan pembelian setelah melihat aktivitas *Social Media Marketing* yang ada di akun @cicichania96. Diharapkan menjaga konsistensi dalam menyajikan konten yang relevan dan menarik juga merupakan langkah penting untuk mempertahankan minat dan keterlibatan pengikut.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, Keputusan Pembelian, TikTok, Konsumen, Media Sosial

ABSTRACT

Name : Anas Tasya Putri Sambas
NIM : 44320010084
Study Program : Advertising & Marketing Communication
Title Internship Report : PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING PADA AKUN TIKTOK @CICICHANIA96 TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
Counsellor : Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom

The widespread use of social media today has led marketers to prefer online marketing over traditional sales promotion models. One of the social media platforms used for online marketing is TikTok, and the account @cicichania96 is one of the businesses operating through TikTok. This study aims to measure and explain the impact of Social Media Marketing on the TikTok account @cicichania96 on purchasing decisions.

This research focuses on two variables: Social Media Marketing (X) and Purchasing Decisions (Y). A quantitative approach with a survey method is employed. The theory used is the AISAS Model. Sampling is done using nonprobability sampling with a purposive sampling technique. The population of this study consists of followers of the TikTok account @cicichania96, with a sample size of 100 calculated using the Slovin formula.

The results show that there is a strong and positive relationship between Social Media Marketing (X) and Purchasing Decisions (Y). Each 1-point increase in the value of variable X results in a coefficient increase of 1.214. Social Media Marketing (X) influences Purchasing Decisions (Y) by 62.8%. The significance value between the variables is $0.000 < 0.05$, indicating a significant impact of Social Media Marketing activities on the TikTok account @cicichania96 on purchasing decisions.

The conclusion of this study states that the majority of respondents made purchasing decisions after viewing the Social Media Marketing activities on the @cicichania96 account. Maintaining consistency in delivering relevant and engaging content is also crucial to sustaining followers' interest and engagement.

Keywords: Social Media Marketing, Purchase Decisions, TikTok, Consumer, Social Media