

ABSTRAK

PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK SCARLETT WHITENING DI KAWASAN JALAN PANCING MEDAN

MIAN SAGALA
2001010052

Perkembangan industri saat ini mengalami peningkatan yang mengindikasikan bertambahnya jumlah perusahaan yang bergerak di bidang ini. Salah satu merek yang menunjukkan perkembangan pesat adalah *Scarlett Whitening*, yang secara optimal memanfaatkan peran *brand ambassador* serta strategi pemasaran melalui media sosial, khususnya *platform* Tiktok, guna menarik perhatian konsumen. Penelitian ini mengambil populasi konsumen *Scarlett Whitening* yang berdomisili di sekitar Jalan Pancing, Medan. Sampel yang melibatkan 140 responden, ditentukan dengan pendekatan rumus Hair et al. (2020). Teknik analisis data melibatkan sejumlah uji statistik, seperti uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi (R^2), yang seluruhnya diolah menggunakan program SPSS versi 20. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Hasil uji t memperlihatkan Variabel *brand ambassador* menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,073, yang lebih tinggi dibandingkan t tabel sebesar 1,977, dengan tingkat signifikansi 0,040 ($p < 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa *brand ambassador* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, variabel pemasaran media sosial TikTok memiliki nilai t hitung sebesar 7,945, yang juga melebihi t tabel, dengan nilai signifikansi 0,000, sehingga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Selain itu, hasil uji F memperlihatkan nilai F hitung sebesar 197,438, lebih besar dari F tabel yang sebesar 3,91, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Dengan demikian, secara bersama-sama variabel *brand ambassador* (X_1) dan pemasaran media sosial TikTok (X_2) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) produk *Scarlett Whitening* di wilayah Jalan Pancing, Medan.

Kata Kunci : *Brand Ambassador, Social Media Marketing Tiktok, Keputusan Pembelian.*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR AND TIKTOK SOCIAL MEDIA MARKETING ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS FOR SCARLETT WHITENING PRODUCTS IN JALAN PANCING MEDAN

MIAN SAGALA
2001010052

The cosmetics industry in Indonesia has experienced rapid growth in recent years, as evidenced by the increasing number of companies operating in this sector. One brand that has shown significant development is Scarlett Whitening, which effectively leverages the role of brand ambassadors and social media marketing strategies, particularly on the TikTok platform, to attract consumer attention. This study targets the population of Scarlett Whitening consumers residing around Jalan Pancing, Medan. The sample consisted of 140 respondents, determined using the formula proposed by Hair et al. (2020). Data analysis techniques included various statistical tests such as validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, F-test, t-test, and coefficient of determination (R^2), all processed using SPSS version 20. Primary data were collected through the distribution of questionnaires to respondents. The t-test results showed that the brand ambassador variable had a calculated t-value of 2.073, which is higher than the critical t-value of 1.977, with a significance level of 0.040 ($p < 0.05$). This indicates that the brand ambassador has a positive and significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, the social media marketing variable on TikTok had a t-value of 7.945, which also exceeds the critical t-value, with a significance level of 0.000, indicating a positive and significant influence. Additionally, the F-test revealed an F-value of 197.438, greater than the critical F-value of 3.91, leading to the rejection of the null hypothesis (H_0) and acceptance of the alternative hypothesis (H_1). Therefore, collectively, the variables of brand ambassador (X_1) and TikTok social media marketing (X_2) have a significant impact on consumer purchasing decisions (Y) for Scarlett Whitening products in the Jalan Pancing area, Medan.

Keywords: Brand ambassador, Tiktok social media marketing, purchase decision.