

Abstrak

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh promosi lisan terhadap minat beli konsumen dengan fokus pada kasus Skintific, sebuah merek perawatan wajah yang sering melakukan promosi di media sosial, khususnya TikTok. Di era digital saat ini, promosi lisan menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, khususnya dalam industri kecantikan. Skintific, sebagai salah satu merek perawatan kulit yang banyak diperbincangkan di media sosial. Penelitian ini mengkaji sejauh mana ulasan, komentar, dan rekomendasi pengguna di media sosial dapat meningkatkan niat pembelian konsumen. Metode survei akan digunakan untuk mengumpulkan data dari pengguna media sosial yang terlibat dengan merek Skintific. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarluaskan melalui platform media sosial. Kajian ini akan dilakukan berdasarkan survei secara daring dan menggunakan skala likert dengan evaluasi statistik menggunakan program perangkat lunak SPSS dan AMOS yang difokuskan pada responden yang berdomisili di Jabodetabek dimana peneliti mengumpulkan sebanyak 347 responden kuesioner. Temuan ini menunjukkan bahwa rekomendasi, ulasan, dan diskusi yang dipertukarkan oleh pengguna media sosial tidak dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Skintific. Namun, pesan yang memiliki kredibilitas dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen sehingga akhirnya mengubah niat beli konsumen. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi pemasar dan para pengulas produk perawatan wajah di media sosial dalam memahami pentingnya strategi promosi lisan dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Implikasi praktis dari temuan ini adalah pentingnya menjaga reputasi merek, memperkuat interaksi dengan konsumen, dan merancang kampanye pemasaran yang mempromosikan pesan positif di media sosial untuk meningkatkan niat pembelian dan keberhasilan bisnis secara keseluruhan.

Kata kunci: Promosi Lisan, Minat Beli, Media Sosial, Produk Perawatan Wajah

Abstract

This research was conducted with the aim of examining the influence of word-of-mouth promotion on consumer purchase intention, focusing on the case of Skintific, a skincare brand that frequently engages in social media promotion, particularly on TikTok. In the current digital era, word-of-mouth promotion has become a critical factor influencing consumer's decisions to purchase products, particularly in the beauty industry. Skintific, as one of the skincare brands widely discussed on social media, serves as the subject of this study. The research investigates the extent to which user reviews, comments, and recommendations on social media can enhance consumer purchase intention. A survey method was employed to collect data from social media users who are engaged with the Skintific brand. Data collection was carried out through questionnaires distributed via social media platforms. This study was conducted based on an online survey utilizing an likert scale, with statistical evaluations performed using SPSS and AMOS software, focusing on respondents residing in the Jabodetabek area, where the researcher gathered a total of 347 questionnaire responses. These findings indicate that recommendations, reviews, and discussions exchanged by social media users cannot influence consumer purchasing decisions towards Skintific products. However, messages that have credibility can influence consumer trust, which ultimately changes consumer purchasing intentions. This research provides valuable insights for marketers and skincare product reviewers on social media in understanding the importance of word-of-mouth promotion strategies in influencing consumer behavior. The practical implications of these findings highlight the importance of maintaining brand reputation, strengthening consumer interactions, and designing marketing campaigns that promote positive messages on social media to enhance purchase intentions and overall business success.

Keywords: *Electronic Word of Mouth, Purchase Intention, Social Media, Skincare Products*