ABSTRAK

Rani Anjani. NIM. 3402220038. Pengaruh *Live Shopping Tiktok* dan *Beauty Influencer Review* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Produk Yufaderma Ciamis). Dibawah bimbingan Dr. Nana Darna, S.E., M.M., (Pembimbing I) dan Hj. Nina Herlina, Ir., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *live shopping tiktok* dan *beauty influencer review* terhadap keputusan pembelian (Studi pada Konsumen Produk Yufaderma Ciamis). Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana pengaruh *Live Shopping TikTok* terhadap keputusan pembelian produk Yufaderma Ciamis?; 2) Bagaimana pengaruh *Beauty Influencer Review* terhadap keputusan pembelian produk Yufaderma Ciamis?; 3) Bagaimana pengaruh *Live Shopping TikTok* dan *Beauty Influencer Review* secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Yufaderma Ciamis. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis: 1) Pengaruh *Live Shopping TikTok* terhadap Keputusan Pembelian Produk Yufaderma Ciamis; 2) Pengaruh *Beauty Influencer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Yufaderma Ciamis; 3) Pengaruh *Live Shopping TikTok* dan *Beauty Influencer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Yufaderma Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen Yufaderma yang telah melakukan pembelian produk selama periode Januari sampai dengan November 2025, ukuran sampel yang dipilih adalah sebanyak 99 orang. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yaitu studi kepustakaan, studi lapangan dan penyebaran kuisioner. Dari hasil penelitian, dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut: 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *live shopping* Tiktok terhadap keputusan pembelian konsumen pada Produk *Skincare* Yufaderma Ciamis dengan hasil uji korelasi sebesar 0,764 yang memiliki hubungan yang kuat dengan tingkat pengaruh sebesar 58,37%, begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa $t_{hitung} = 11,662 > t_{tabel} = 1,661$. Artinya jika *live shopping* Tiktok sudah baik maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat; 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *beauty influencer review* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Produk *Skincare* Yufaderma Ciamis dengan hasil uji korelasi sebesar 0,757 yang memiliki hubungan yang kuat dengan tingkat pengaruh sebesar 57,31%, begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa $t_{hitung} = 11,410 > t_{tabel} = 1,661$. Artinya jika *beauty influencer review* sudah baik maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat; 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *live shopping* Tiktok dan *beauty influencer review* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Produk *Skincare* Yufaderma Ciamis dengan hasil uji korelasi sebesar 0,816 yang memiliki hubungan sangat kuat dengan tingkat pengaruh sebesar 66,55%, begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa $F_{hitung} = 95,515 > F_{tabel} = 3,09$. Artinya jika *live shopping* Tiktok dan *beauty influencer review* sudah baik maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat. Untuk lebih meningkatkan keputusan pembelian sebaiknya pihak perusahaan lebih meningkatkan pelaksanaan *live shopping tiktok* dan *beauty influencer review* dengan menyajikan informasi produk yang menarik, jelas dan meyakinkan kepada konsumen sehingga keputusan pembelian konsumen akan meningkat.

Kata Kunci: ***Live Shopping Tiktok*, *Beauty Influencer Review*** **dan Keputusan Pembelian**