ABSTRAK

NAZWA DHEA ADHISTY, NIM 3402220004. Pengaruh *User Generated Content* (UGC) Dan *Social Proof* Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Wardah (Studi pada Mahasiswi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan 2022 Pengguna Platform Tiktok). Di bawah bimbingan Ibu Dr. Elin Herlina, S.Pd., M.M. (Pembimbing I) dan Ibu Dwi Putri Garini, S.Ikom., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *User Generated Content* (UGC) dan *Social Proof* Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Wardah pada Mahasiswi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan 2022 Pengguna Platform Tiktok). Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana pengaruh *User Generated Content* (UGC) terhadap loyalitas pelanggan produk Wardah pada platform TikTok di kalangan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Galuh? 2) Bagaimana pengaruh *Social Proof* terhadap loyalitas pelanggan produk Wardah pada platform TikTok di kalangan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Galuh? 3) Bagaimana pengaruh *User Generated Content* (UGC) dan *Social Proof* terhadap loyalitas pelanggan produk Wardah pada platform TikTok di kalangan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Galuh?. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Pengaruh *User Generated Content* (UGC) terhadap loyalitas pelanggan produk Wardah pada platform TikTok di kalangan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. 2) Pengaruh *Social Proof* terhadap loyalitas pelanggan produk Wardah pada platform TikTok di kalangan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. 3) Pengaruh *User Generated Content* (UGC) dan *Social Proof* terhadap loyalitas pelanggan produk Wardah pada platform TikTok di kalangan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. Metode penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Untuk menganalisis data digunakan Analisis Koefesien Korelasi Sederhana, Koefisien Korelasi Berganda, Regresi Berganda, Koefesien Determinasi, dan Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikansi (Uji T dan Uji F). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *User Generated Content* (UGC) dan *Social Proof* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada Mahasiswi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan 2022 Pengguna Platform Tiktok dengan besarnya pengaruh 54,17% sedangkan 45,83% dipengaruhi oleh faktor lain. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu: 1) *User Generated Content* (UGC) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. 2) *Social Proof* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. 3) *User Generated Content* (UGC) dan *Social Proof* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Disarankan agar Wardah terus mengoptimalkan *User Generated Content* (UGC) dan *Social Proof* sebagai strategi pemasaran digital untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci: *User Generated Content* (UGC), *Social Proof*, Loyalitas Pelanggan