

ABSTRAK

Penelitian ini akan menemukan bagaimana pengaruh dan peran sosial media marketing tiktok terhadap minat beli belanja online di shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif dan kausal, dengan menggunakan teknik analisis menggunakan SMART PLS 3.0. Populasi pada penelitian ini adalah para pengguna aplikasi tiktok dan shopee. Metode pengambilan sampel adalah non- probability sampling dengan jenis purposive sampling sebanyak 400 responden. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sosial media marketing tiktok berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli belanja online di shopee.

Kata kunci : *Social Media Marketing*, Minat Beli