

ABSTRAK

Perhatian terhadap kebutuhan perawatan kulit dan wajah merupakan hal yang sangat penting bagi semua wanita, dari berbagai kalangan. Kulit dan wajah adalah bagian yang sangat terlihat dalam penampilan, sehingga perlu dirawat dan dijaga dengan baik. Untuk menjaga penampilan agar tetap percaya diri, perawatan kulit dan tubuh menjadi pilihan penting dan sering dicari oleh para wanita. Inilah yang mendorong perusahaan-perusahaan kecantikan untuk melakukan inovasi dalam memproduksi produk perawatan kulit dan tubuh yang berkualitas dan sesuai dengan keinginan konsumen di pasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh viral marketing dan online customer review terhadap minat beli pada produk scarlett whitening melalui media Tiktok. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode probability sampling dengan jenis sampel menggunakan slovin untuk pengumpulan data dan jumlah responden sebanyak 401 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa viral marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. online customer review memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Secara simultan, viral marketing dan online customer review memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen yaitu viral marketing dan online customer review terhadap variabel dependen yaitu minat beli adalah 79% sedangkan sisanya 21% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Viral Marketing, Online Customer Review, Minat Beli, dan Produk Skincare*