

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah perilaku konsumen, khususnya dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Media sosial kini berperan sebagai salah satu saluran utama dalam pemasaran digital, di mana konsumen tidak hanya menerima informasi tetapi juga terlibat secara aktif dalam proses komunikasi dua arah. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial yang sangat populer, menawarkan fitur yang memungkinkan merek untuk menyampaikan pesan secara kreatif dan interaktif. Skintific sebagai merek *skincare* yang tengah naik daun di Indonesia, telah memanfaatkan TikTok secara aktif untuk memperluas jangkauan pasar dan membangun kedekatan dengan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh empat dimensi utama pemasaran media sosial TikTok, yaitu *entertainment*, *customization*, *interaction*, dan *trendiness* terhadap keputusan pembelian produk Skintific di Indonesia. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui metode survei, menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 385 responden pengguna aktif TikTok dan pernah melakukan pembelian pada produk Skintific. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan IBM SPSS *Statistics* 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing dari keempat dimensi pemasaran media sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial. Penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin kuat elemen hiburan, penyesuaian konten, interaksi, dan tren dalam strategi konten TikTok Skintific, maka semakin besar peluang terjadinya pembelian oleh konsumen untuk membeli produk Skintific. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan ilmu pemasaran digital serta menjadi acuan praktis bagi pelaku industri kecantikan dalam merancang strategi media sosial yang lebih relevan, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik konsumen digital masa kini.

**Kata Kunci:** TikTok, Pemasaran Media Sosial, Keputusan Pembelian, Skintific.