

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *content marketing* dan *celebrity endorse* terhadap minat beli produk fashion Jiniso pada Generas Z pengguna Tiktok di Kota Jambi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan sampling purposive dan *snowball sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan uji analisis menggunakan *software* SPSS. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel *content marketing* dan *celebrity endorse* terhadap minat beli baik secara parsial maupun simultan. Variabel *Content marketing* yang paling dominan mempengaruhi minat beli. Berdasarkan pada kesimpulan, penulis menyarankan beberapa hal seperti jiniso melakukan *endorse* secara rutin kepada selebriti yang memiliki reputasi baik dan kriteria tertentu yang sesuai dengan citra dan nilai merek dan jiniso dapat memberikan konten yang lebih kreatif, menarik, dan relevan dengan kebutuhan audiens dan konsisten sehingga minat konsumen terhadap produk akan terus meningkat.

Kata kunci : *content marketing*, *celebrity endorse*, minat beli

ABSTRACT

This research aims to test and analyze the influence of content marketing and celebrity endorsements on interest in buying Jiniso fashion products among Generation Z Tiktok users in Jambi City. This research is quantitative research. The sample in this study consisted of 100 respondents with sampling techniques using purposive sampling and snowball sampling. Data collection was carried out by distributing questionnaires with analysis tests using SPSS software. The findings of this research show that there is a positive and significant influence on the content marketing and celebrity endorsement variables on purchase interest both partially and simultaneously. The most dominant content marketing variable influences purchasing interest. Based on the conclusions, the author suggests several things, such as Jiniso regularly endorsing celebrities who have a good reputation and certain criteria that are in accordance with the brand's image and values and Jiniso can provide content that is more creative, interesting and relevant to the audience's needs and consistent so that interest Consumers for products will continue to increase.

Keywords: content marketing, celebrity endorsement, purchase interest