

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *social media marketing* dan *live streaming* terhadap keputusan pembelian produk skintific melalui *platform* TikTok di Kota Jambi. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 96 responden dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling* serta metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner digital yaitu *google form* dengan skala likert. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) dengan menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 25 For Windows. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *media sosial marketing* dan *live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk skintific melalui *platform* TikTok di Kota Jambi.

Kata kunci: *Social Media Marketing, Live Streaming, Keputusan Pembelian*

Abstract

This research aimed to examine the influence of social media marketing and live streaming on the purchase decisions of Skintific products through the TikTok platform in Jambi City. This research employs a quantitative approach. The sample consisted of 96 respondents, selected using purposive sampling, a non-probability sampling technique. Primary data was collected through a digital questionnaire using Google Forms with a Likert scale. Data analysis was performed using SPSS (Statistical Product and Service Solutions) with IBM SPSS Statistics 25 for Windows. The results indicate that social media marketing and live streaming have a positive and significant effect on the purchase decisions of Skintific products through the TikTok platform in Jambi City.

Keywords: Social Media Marketing, Live Streaming, Purchase Decisions