

ABSTRAK

Riska Damayanti : Pengaruh *Endorsment Review* Produk, *Lifestyle*, Dan Penetapan Harga Di Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Produk *Fashion* Dikalangan Konsumen Mahasiswa Kota Tanjungpinang)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *endorsment review* produk, *lifestyle*, dan penetapan harga di aplikasi tiktok terhadap minat beli konsumen (studi pada produk *fashion* dikalangan konsumen mahasiswa Kota Tanjungpinang). Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas dan Perguruan Tinggi di Kota Tanjungpinang yang berjumlah 9 Universitas dan Perguruan Tinggi dengan jumlah 100 responden. Dalam pengambilan sampel teknik yang digunakan adalah *probability* sampling, sedangkan metode yang digunakan adalah teknik *cluster random sampling* dan menggunakan rumus Lemeshow untuk penentuan sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang berasal dari angket/kuesioner. Data yang terkumpul dan di uji menggunakan aplikasi analisis *Smart Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan *Smart PLS* versi 3.0. dengan metode analisis *SEM* (*Structural Equation Modeling*) dengan metode *bootstrapping* atau pengandaan secara acak dengan asumsi normalitas tidak akan menjadi masalah bagi PLS. Analisa dilakukan dengan dua tahap, yaitu pengujian *outer model* dan *inner model*. Uji *outer model* dilakukan untuk membuktikan validitas dan reliabilitas seluruh indikator pada masing-masing variabel. Uji *inner model* dilakukan untuk menguji pengaruh antar variabel sesuai hipotesis yang ditetapkan sebelumnya. Berdasarkan penelitian ini didapatkan bahwa *endorsment review* berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli, *lifestyle* berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli dan penetapan harga berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat beli. Saran untuk peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lain sebagai variabel independen baik berasal dari faktor eksternal maupun internal perusahaan agar dapat mengetahui variabel yang dapat memperkuat dan memperoleh variabel dependen.

Kata Kunci : *Endorsment Review*, *Lifestyle*, Penetapan Harga, Minat Beli.

ABSTRACT

Riska Damayanti, 2023: The Influence of Product Review Endorsements, Lifestyle, and Pricing in the Tiktok Application on Consumer Purchase Interest (Study on Fashion Products Among Consumers in Tanjungpinang City Students)

This study aims to determine the effect of product review endorsements, lifestyle, and pricing on the TikTok application on consumer buying interest (a study on fashion products among student consumers in Tanjungpinang City). This research is a quantitative research. This research was conducted on University and College students in Tanjungpinang City, totaling 9 Universities and Colleges with a total of 100 respondents. In taking the sample the technique used is probability sampling, while the method used is cluster random sampling technique and uses the Lemeshow formula for determining the sample. The data used in this study are primary data derived from questionnaires. The data collected and tested using the Smart Partial Least Square (PLS) analysis application using Smart PLS version 3.0. using the SEM (Structural Equation Modeling) analysis method with the bootstrapping method or random multiplication assuming normality will not be a problem for PLS. The analysis was carried out in two stages, namely testing the outer model and the inner model. The outer model test is carried out to prove the validity and reliability of all indicators for each variable. The inner model test was carried out to test the effect between variables according to the hypotheses previously set. Based on this research, it was found that endorsement reviews have significant and significant impact on purchase intention, lifestyle has significant and significant impact on purchase intention and pricing has an effect but not significant on purchase intention. Suggestions for further researchers, the results of this study can be used as information material. Future researchers can also add other variables as independent variables both from external and internal company factors in order to find out which variables can strengthen and obtain the dependent variable.

Keywords: *Endorsement Review, Lifestyle, Pricing, Purchase Intention.*