

ABSTRAK

Perkembangan digitalisasi mendorong terjadinya fenomena berbelanja secara *online* pada produk perawatan dan kecantikan di Indonesia, perkembangan digitalisasi juga mendorong munculnya strategi promosi baru yaitu promosi melalui media sosial. Madame Gie merupakan salah satu *brand* kosmetik lokal yang menggunakan strategi promosi pada media sosial berupa *content marketing* dan *influencer marketing* untuk mempengaruhi minat beli dari konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *content marketing* dan *influencer marketing* TikTok terhadap *purchase intention* produk kosmetik Madame Gie di Jakarta.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*, dengan menyebarkan kuesioner kepada 96 responden yang menggunakan media sosial TikTok dan berdomisili di Jakarta, pernah menonton konten yang terdapat pada akun TikTok Madame Gie dan pernah menonton konten *influencer* yang mempromosikan produk kosmetik Madame Gie. Teknik yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis baik secara parsial maupun simultan dan analisis koefisien determinasi.

Hasil yang didapatkan yaitu *content marketing*, *influencer marketing* dan *purchase intention* pada Madame Gie masing-masing berada pada kategori baik. Selain itu masing-masing variabel *content marketing* dan *influencer marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* secara parsial, selain itu variabel *content marketing* dan *influencer marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* secara simultan, dengan pengaruh sebesar 79,3% dan 20,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti *free ongkir*, *electronic word of mouth* (E-Wom), *viral marketing*, *personal selling*, dan strategi *omni-channel*.

Kata kunci: *Digital Marketing, Content Marketing, Influencer Marketing, Purchase Intention*