

ABSTRAK

Saat ini trend industri kosmetik di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat terutama *skincare* sehingga persaingan di industri *skincare* menjadi sangat ketat. Penggunaan social media pada tahun 2021 terus meningkat, salah satu social media yang terus meningkat penggunaannya adalah tiktok. N'pure merupakan salah satu *skincare* lokal Indonesia yang berdiri sejak tahun 2017. Pada tahun 2020 N'pure termasuk sebagai produk yang paling banyak direkomendasikan terlebih melalui tiktok, banyak *review* di tiktok yang membahas mengenai N'pure yang akan menimbulkan minat beli konsumen. Selain itu, kualitas produk juga merupakan salah satu faktor yang menimbulkan minat beli. Oleh karena itu, Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui *online customer review* di platform tiktok dan kualitas produk terhadap minat beli produk N'pure.

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana *online customer review* di platform tiktok pada produk N'pure, bagaimana kualitas produk yang dimiliki oleh N'pure, bagaimana minat beli konsumen pada produk N'pure, dan bagaimana pengaruh *online customer review* di platform tiktok dan kualitas produk secara parsial dan simultan terhadap minat beli N'pure, jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data deskriptif. Pengambilan sampel dengan metode *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 25.

Hasil yang didapat dari penelitian ini bahwa *online customer review* pada platform tiktok berpengaruh signifikan terhadap minat beli, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli, serta ada pengaruh dari *online customer review* pada platform tiktok dan kualitas produk terhadap minat beli.

Kata Kunci: Online Customer Review, tiktok, kualitas produk , minat beli, N'pure