

ABSTRAK

Internet sebagai bagian dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sangat mempengaruhi pemasaran suatu produk sehingga lebih efektif dan efisien, adapun pengaruh yang paling dirasakan adalah maraknya penggunaan digital marketing. *Brand Somethinc* merupakan produk *skincare* lokal yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dari kalangan muda dan intelek untuk terlihat baik dengan memakai bahan yang berkualitas tinggi serta memiliki harga yang terjangkau. Somethinc juga menjadi brand *skincare* dengan penjualan tertinggi pada tahun 2022, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosial media marketing terhadap keputusan pembelian *brand somethinc*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini menggunakan skala pengukuran berskala ordinal dengan teknik *purposive sampling* yang melibatkan 100 orang responden. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa Sosial media marketing yang dimiliki brand somethinc mampu membantu meningkatkan penjualan produk brand somethinc, adanya keputusan pembelian yang tinggi dari masyarakat terhadap produk-produk brand somethinc, dan Terdapat pengaruh sosial media marketing terhadap keputusan pembelian Brand *Somethinc*. Hal ini didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dengan uji t, diperoleh hasil thitung sebesar 8.689 (thitung > t tabel 1.984) dan signifikansi (pvalue) 0.000 ($0.000 < 0.05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Besaran kontribusi dari social media marketing terhadap keputusan pembelian pada produk Somethinc yaitu sebesar 84.3%, sedangkan sisanya sebesar 15.7% merupakan pengaruh variable lain yang tidak di ikut sertakan dalam penelitian ini.

Kata kunci: sosial media, keputusan pembelian, skincare, somethinc