

ABSTRAK

Pada era serba digital saat ini seluruh kegiatan dilakukan serba digital, tentu hal ini tidak luput dari perhatian Skin Game. Banyaknya *brand skincare* lokal membuat Skin Game harus terus berupaya untuk dapat disadari dan dikenali kehadirannya. Upaya yang dilakukan adalah dengan penggunaan media *e-commerce* tiktok. Pada penelitian ini penelitian akan meneliti Pengaruh *Sosial Media Marketing* Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Skin Game Pada *E-Commerce* Tiktokshop Di Kota Bandung. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Bandung. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang, dengan menggunakan rumus slovin, serta menggunakan teknik sampling *non probability sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan kuesioner dengan teknik analisis data analisis regresi berganda yang didukung program SPSS versi 26. Hasil penelitian ditemukan bahwa *Sosial Media Marketing*, dan *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian skingame pada *E-Commerce* Tiktokshop di Kota Bandung, baik secara simultan maupun parsial. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *Sosial Media marketing* dan *Brand Ambassador* maka akan meningkatkan keputusan pembelian Skingame pada *E-Commerce* TiktokShop di Kota Bandung.

Kata Kunci: *Sosial Media Marketing, Brand Ambassador, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

In today's digital era, all activities are carried out digitally, of course this does not escape Skin Game's attention. The number of local skincare brands makes Skin Game have to keep trying to be recognized and recognized by its presence. The effort made is to use tiktok e-commerce media. In this study, the research will examine the effect of social media marketing and brand ambassadors on purchasing decisions for Skin Game at E-Commerce Tiktokshop in Bandung City. The research location was in Bandung City. The number of samples used was 100 people, using the slovin formula, and using non-probability sampling techniques. The data collection method used is using a questionnaire with multiple regression analysis data analysis techniques supported by the SPSS version 26 program. The results showed that Social Media Marketing, and Brand Ambassador have a positive and significant effect on purchasing decisions for skingame on E-Commerce Tiktokshop in Bandung City, both simultaneously and partially. This shows that the better the Soial Media marketing and Brand Ambassador, the more Skingame purchasing decisions will increase at E-Commerce TiktokShop in Bandung City.

Keywords: Social Media Marketing, Brand Ambassador, Purchase Decision