ANALISIS PENGARUH INFLUENCER, KONTEN DIGITAL, DAN ULASAN DARING KONSUMEN TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN MARKETPLACE TIKTOK-SHOP PADA GENERASI MILENIAL DI KABUPATEN SEMARANG

ABSTRAK

Latar Belakang : Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mendorong perilaku konsumen, khususnya pada generasi milenial dalam melakukan keputusan pembelian melalui marketplace. TikTok-Shop sebagai platform social commerce memanfaatkan peran influencer, konten digital, dan ulasan daring konsumen untuk memengahuhi keputusan pembelian konsumen.

Tujuan : Untuk menganalisis pengaruh influencer, konten digital, dan ulasan daring konsumen dalam memengaruhi keputusan pembelian pada marketplace TikTok-Shop pada generasi milenial di Kabupaten Semarang serta mengetahui variabel yang paling dominan.

Metode : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Penelitian dilakukan di wilayah Kabupaten Semarang dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* sebanyak 380 responden. Uji statistik menggunakan uji regresi linear berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi.

Hasil : Influencer, konten, dan online review secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel influencer terbukti menjadi variabel paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian generasi milenial di marketplace TikTok-Shop.

Kesimpulan : Strategi pemasaran digital melalui pemilihan influencer yang kredibel, penyajian konten yang menarik, serta pengelolaan online review yang baik sangat berperan dalam mendorong keputusan pembelian konsumen generasi milenial.

Kata Kunci : Influencer, Konten, Online Review, Keputusan Pembelian, TikTok-Shop, Generasi Milenial.