

ABSTRAK

MUH ASBAR, Tahun 2022, Pengaruh Sosial Media Marketing Pada Aplikasi Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Esana Store, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, yang dibimbing oleh Pembimbing I Sitti Nurbaya, dan Pembimbing II Sherry Adelia Natsir Kalla.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Social Media Marketing Pada Aplikasi Tik Tok terhadap keputusan pembelian pada Esana Store di Kota Makassar. Sampel menggunakan metode wawancara langsung dengan pihak-pihak yang terlibat dengan masalah yang sedang di bahas serta memberikan kuesioner kepada 165 responden sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Data di analisis dengan menggunakan metode kuantitatif yang menggunakan lima rumus yaitu Uji validitas, , Regresi Linear, Uji T dan Kofisien determinasi dengan bantuan software SPSS 25 for windows. Hasil menunjukkan bahwa Social Media Marketing Pada Aplikasi Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Esana Store di Kota Makassar.

Kata Kunci: *Sosial Media Marketing, Aplikasi Tik Tok, Keputusan Pembelian*

