

ABSTRAK

Persaingan di dunia industri produk perawatan kulit semakin hari semakin ketat. Bahkan ada banyak industri yang menyediakan berbagai variasi produk dengan jenis yang sama. Akibatnya, setiap bisnis harus bersaing dalam hal mendapatkan dan mempertahankan pelanggan setia. Namun, di era digital saat ini, loyalitas konsumen terhadap suatu produk akan berkurang karena banyaknya informasi yang tersedia. Akibatnya, sebuah perusahaan harus memahami jenis strategi pemasaran apa yang dapat mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produknya. Penelitian ini mengkaji persepsi konsumen produk *Scarlett Whitening* terkait strategi *digital marketing* di media sosial TikTok, sehingga didapatkan *digital marketing* seperti apa yang mempengaruhi *brand trust* dan *brand loyalty* pada produk *Scarlett Whitening*. Penelitian ini diharapkan mampu membuat perusahaan lebih efektif dalam pemilihan strategi yang nantinya dapat menghemat pengeluaran perusahaan.

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian adalah metode PLS-SEM dengan *software* SmartPLS. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner secara daring/*online* ke pengguna media sosial TikTok yang pernah melakukan *repurchase* produk *Scarlett Whitening*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 100 sampel yang sesuai kriteria. Penelitian ini menggunakan indikator yang berjumlah 34 dari variabel yang diteliti, yaitu *online customer review*, *celebrity endorsement*, dan *tiktok ads*.

Selanjutnya, data-data yang telah terkumpul akan dilakukan pengujian validitas diskriminan, validitas konvergen, dan uji reabilitas. Setelah data dinyatakan valid dan reliabel, maka data diolah dengan melakukan uji multikolinearitas, *f-square*, *r-square*, *q-square*, uji path koefisien, uji hipotesis parsial, dan uji hipotesis simultan. Hasil temuan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel *online customer review* yang paling efektif diterapkan dalam *digital marketing* di sosial media TikTok, sedangkan variabel *celebrity endorsement* dan *tiktok ads* tidak memiliki pengaruh terhadap *brand loyalty* dan *brand trust* produk *Scarlett Whitening*.

Kata Kunci: *Brand Loyalty, Celebrity Endorsement, Online Customer Review, PLS-SEM, Tiktok Ads.*

ABSTRAK

Competition in the skin care product industry is getting tougher day by day. In fact, there are many industries that provide various variations of the same type of product. As a result, every business has to compete when it comes to getting and keeping loyal customers. However, in today's digital era, consumer loyalty to a product will decrease due to the amount of information available. As a result, a company must understand what kind of marketing strategy can maintain consumer loyalty to its products. This study examines consumer perceptions of Scarlett Whitening products related to digital marketing strategies on TikTok social media in order to determine what kind of digital marketing affects brand trust and brand loyalty for Scarlett Whitening products. This research is expected to make the company more effective in choosing a strategy that will save the company's expenses.

The PLS-SEM method with SmartPLS software was used to process data in this study. Data was gathered by distributing online questionnaires to TikTok social media users who had previously purchased Scarlett Whitening products. This study used a sample of 100 people who met the criteria. This study employs 34 variables as indicators, including online customer reviews, celebrity endorsements, and tiktok ads.

Furthermore, the collected data will be tested for discriminant validity, convergent validity, and reliability. After the data has been determined to be valid and reliable, it is processed using multicollinearity tests, f-square, r-square, q-square, path coefficient tests, partial hypothesis testing, and simultaneous hypothesis testing. The findings of this study show that the online customer review variable is most effectively used in digital marketing on TikTok social media, while the celebrity endorsement and tiktok ads variables have no effect on Scarlett Whitening product brand loyalty and trust.

Keywords: *Brand Loyalty, Celebrity Endorsement, Online Customer Review, PLS-SEM, Tiktok Ads.*