

**PENGARUH KREDIBILITAS SUMBER DAN KUALITAS KONTEN  
INFLUENCER DOKTER DETEKTIF TERHADAP MINAT BELI  
PRODUK SKINCARE DI TIKTOK SHOP**

**Annisa Larasati**

**ABSTRAK**

Perkembangan media sosial saat ini memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi, salah satunya melalui platform TikTok. Salah satu akun yang informatif dalam menyajikan konten edukasi produk *skincare* adalah @dokterdetektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas sumber dan kualitas konten pada akun TikTok @dokterdetektif terhadap minat beli konsumen. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif melalui survei kuesioner yang disebarakan kepada 400 responden pengguna TikTok di Indonesia. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Uses and Gratifications Theory* karena teori ini menjelaskan adanya audiens aktif yang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka hingga mendorong timbulnya minat beli. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kredibilitas sumber dan kualitas konten akun TikTok @dokterdetektif secara parsial terhadap minat beli konsumen produk *skincare*.

**Kata Kunci: Kredibilitas Sumber, Kualitas Konten, Minat Beli, TikTok Shop, Skincare**

# **THE EFFECT OF SOURCE CREDIBILITY AND CONTENT QUALITY OF INFLUENCER DOKTER DETEKTIF ON SKINCARE PURCHASE INTENTION ON TIKTOK SHOP**

**Annisa Larasati**

## **ABSTRACT**

The current evolution of social media facilitates public access to information, notably through the TikTok platform. Among the accounts delivering informative educational content regarding skincare products is @dokterdetektif. This study aims to analyze the influence of source credibility and content quality on the TikTok account @dokterdetektif regarding consumer purchase intention. A quantitative approach was employed by administering a questionnaire-based survey to a sample of 400 TikTok users in Indonesia. The study is grounded in the Uses and Gratifications Theory, which posits that an active audience selectively utilizes media to satisfy their information needs, thereby driving purchase intention. The findings indicate that source credibility and content quality on the TikTok account @dokterdetektif exert partial significant effects on consumer purchase intention for skincare products.

***Keywords: Source Credibility, Content Quality, Purchase Intention, TikTok Shop, Skincare***