

ABSTRAK

Dalam membangun eksistensi pada platform TikTok, tentunya kreator harus memiliki sisi menarik maupun unik yang menjadi ciri khas dari akun tersebut, atau saat ini kerap dikenal dengan sebutan *brand personality*. Penelitian ini mengkaji bagaimana pengaruh *brand personality* yang digunakan TikTok Optika Lunett terhadap ketertarikan pembelian produknya. Optika Lunett memiliki *brand personality* yang menarik perhatian banyak audiens TikTok, yaitu mengenai serba-serbi kehidupan para pencari cuan. Namun, *brand personality* tersebut tidak berkaitan dengan produk kacamata yang dijual sehingga peneliti berkeinginan untuk meneliti dampaknya terhadap tingkat ketertarikan pembelian produk yang dijual dari penonton TikTok Optika Lunett. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, melalui metode survei. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Berdasarkan pengumpulan data tersebut, didapatkan hasil bahwa *brand personality* TikTok Optika Lunett berpengaruh terhadap ketertarikan pembelian dengan kekuatan sebesar 11,4%.

Kata Kunci : TikTok, *brand personality*, Optika Lunett, ketertarikan pembelian

ABSTRACT

In building an existence on the TikTok platform, creators must have an interesting and unique aspect that distinguishes their account, commonly known as brand personality. This study examines how the brand personality used by TikTok Optika Lunett influences the interest in purchasing its products. Optika Lunett has a brand personality that attracts the attention of many TikTok audiences, focusing on the ins and outs of the lives of those seeking profit. However, this brand personality is not directly related to the eyeglasses products sold, prompting the researcher to investigate its impact on the level of interest in purchasing products from the TikTok Optika Lunett audience. This research was conducted using a quantitative approach, through a survey method. Data collection was carried out through questionnaires distributed to 100 respondents. Based on the data collected, it was found that the brand personality of TikTok Optika Lunett influences purchase interest with a strength of 11.4%.

Keywords: TikTok, brand personality, Optika Lunett, purchase interest