

**PENGARUH KARAKTERISTIK AKUN, KEPEMIMPINAN OPINI, DAN PENGALAMAN HEDONIS DI MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA KEINGINAN UNTUK MENGIKUTI AKUN DAN SARAN PEMENGARUH DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOSIS**

Ryan Duta Octofian  
21/474730/PT/08860

**INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik akun pemengaruh (*influencer*) yang meliputi originalitas, kualitas, kuantitas, dan humor terhadap niat pengikut dalam mengikuti akun serta mempertimbangkan saran pemengaruh, khususnya dalam konteks keputusan pembelian produk sosis. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji peran kepemimpinan opini dan pengalaman hedonis pengikut dalam memediasi pengaruh tersebut. Penelitian dilaksanakan pada Mei hingga Juni 2024 dengan melibatkan 200 responden pengguna aktif TikTok berusia 18–54 tahun yang pernah melihat promosi produk sosis oleh influencer. Data dikumpulkan menggunakan metode survei dengan pendekatan *purposive sampling*, dianalisis secara kuantitatif menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 3.0. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa orisinalitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi mengikuti akun, mengikuti saran, kepemimpinan opini, dan pengalaman hedonis. Kualitas konten juga berpengaruh terhadap kepemimpinan opini, namun tidak signifikan terhadap pengalaman hedonis. Sementara itu, kuantitas konten tidak memengaruhi pengalaman hedonis, namun berpengaruh signifikan terhadap kepemimpinan opini. Humor menjadi salah satu faktor yang konsisten berpengaruh secara positif terhadap kepemimpinan opini dan pengalaman hedonis. Di sisi lain, pengalaman hedonis terbukti mendorong intensi untuk mengikuti akun dan menerima saran, namun tidak berdampak pada kepemimpinan opini. Kepemimpinan opini sendiri berperan penting dalam meningkatkan niat untuk mengikuti akun dan mempertimbangkan saran pemengaruh. Hasil ini menunjukkan bahwa perpaduan konten yang orisinal, berkualitas, menghibur, dan dipublikasikan secara konsisten mampu meningkatkan efektivitas pemengaruh dalam membentuk perilaku konsumen di media sosial.

Kata kunci: Karakteristik Akun, Kepemimpinan Opini, Tiktok, Pemengaruh.

**THE INFLUENCE OF ACCOUNT CHARACTERISTICS, OPINION LEADERSHIP, AND HEDONIC EXPERIENCE ON SOCIAL MEDIA TIKTOK ON THE WILLINGNESS TO FOLLOW ACCOUNTS AND INFLUENCER ADVICE IN THE PURCHASE DECISION OF SAUSAGE PRODUCTS**

Ryan Duta Octofian  
21/477005/PT/08901

**ABSTRACT**

This study aims to analyze the influence of influencer account characteristics including originality, content quality, quantity, and humor on followers' intention to follow the account and consider influencer recommendations, particularly in the context of purchasing sausage products. Additionally, this research examines the mediating role of opinion leadership and followers' hedonic experiences in that relationship. The study was conducted from May to June 2024, involving 200 active TikTok users aged 18–54 who had previously viewed sausage product promotions by influencers. Data were collected using a survey method with a purposive sampling approach and analyzed quantitatively using Structural Equation Modeling (SEM) through the SmartPLS 3.0 software. The findings show that originality has a positive and significant effect on the intention to follow accounts, consider recommendations, opinion leadership, and hedonic experience. Content quality significantly influences opinion leadership but is not significant for hedonic experience. Meanwhile, content quantity does not affect hedonic experience but significantly influences opinion leadership. Humor is a consistent factor with a positive effect on both opinion leadership and hedonic experience. Furthermore, hedonic experience drives the intention to follow and accept recommendations but does not affect opinion leadership. Opinion leadership plays a crucial role in increasing users' intention to follow influencer accounts and consider their suggestions. These results indicate that a combination of original, high-quality, entertaining, and consistently delivered content enhances influencers' effectiveness in shaping consumer behavior on social media.

Keyword: Account Characteristics, Opinion Leadership, Tiktok, *Influencer*.