

Analisis pengaruh kredibilitas beauty vlogger sebagai celebrity endorser terhadap minat beli produk skincare Safi Indonesia: studi perbandingan pada beauty vlogger Tasya Farasya dan Sari Endah Pratiwi = Analysis the impact of beauty vlogger credibility as a celebrity endorser on consumer purchase intention in Safi Indonesia skincare products: comparative study on beauty vlogger Tasya Farasya and Sari Endah Pratiwi

Radhiyya Kiani Utono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482190&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kredibilitas beauty vlogger sebagai celebrity endorser terhadap minat beli produk skincare Safi Indonesia (Studi Perbandingan Pada Beauty Vlogger Tasya Farasya Dan Sari Endah Pratiwi). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden berusia 18-40 tahun yang pernah menonton video review produk skincare Safi Indonesia yang diunggah oleh Tasya Farasya dan Sari Endah Pratiwi (Saritiw) di Youtube. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier. Hasil dari penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kredibilitas endorser selebriti terhadap minat beli konsumen.

The purpose of this study is to analyze the effect of beauty vlogger credibility as an endorser of celebrities on purchase intention in Safi Indonesia skincare products (Comparative Study on Tasya Farasya Vlogger Beauty and Sari Endah Pratiwi). This study uses a quantitative approach. The sample in this study were 100 respondents aged 18-40 years who had watched the Safi Indonesia skincare product review video uploaded by Tasya Farasya and Sari Endah Pratiwi (Saritiw) on Youtube. The instrument of this study used a questionnaire and analyzed using linear regression. The results of the study indicate that there is a significant positive influence between the credibility of endorser celebrities on consumer purchase intention.