

ABSTRAK

PENGARUH BEAUTY VLOGGER TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE WHITELAB DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

**(Studi pada viewers video Youtube Whitelab channel
Tasya Farasya di Yogyakarta)**

KLARISA ERLINA PUTRI

NIM. 141180056

E-mail: klarisaerlinaputri892@gmail.com

Pemimbing 1 : Dr. Yuni Istanto, M.Si

Pemimbing 2 : Dr. Titik Kusmantini, M.Si

Abstraksi

Di Indonesia memiliki iklim tropis sehingga membuat banyak orang sangat membutuhkan perawatan. Sekarang pun di Indonesia banyak macam skincare yang telah berkembang pesat karena banyak orang yang menyadari bahwa merawat kecantikan kulit dan wajah itu sangat dibutuhkan. Apalagi dengan adanya fenomena yang baru baru ini dibicarakan ada suatu anggapan bahwa cantik seorang wanita itu adalah yang memiliki kulit mulus dan putih. Karena fenomena tersebut membuat kebanyakan wanita ingin memiliki penampilan fisik yang menarik terutama wajah yang cerah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada produk skincare seperti beauty vlogger dan brand image. Penelitian ini berfokus pada minat beli konsumen pada produk skincare whitelab dengan responden viewers youtube chanel Tasya Farasya. Teknik penelitian ini menggunakan data kuesioner dari 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bukti empiris bahwa beauty vlogger berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli produk skincare whitelab dengan brand image sebagai variabel mediasi pada viewers youtube chanel Tasya Farasya.

Kata Kunci : *beauty vlogger , brand image , minat beli.*