

## **ABSTRAK**

### **Analisis Pengaruh Ulasan Food Vlogger Terhadap Niat Beli Produk Makanan di Kota Bandar Lampung: (Studi Kasus Penjualan Seblak Kuy Khas Bandung)**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas ulasan food vlogger dalam mempengaruhi minat beli konsumen dan dampaknya terhadap omzet restoran. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, serta analisis regresi untuk menguji hubungan antara variabel independen dan dependen. Masalah utama yang diidentifikasi adalah kesulitan dalam mengoptimalkan ulasan food vlogger untuk meningkatkan minat beli konsumen dan omzet di Kota Bandar Lampung, terutama dalam menghadapi ketergantungan pada promosi digital dan persaingan pasar yang ketat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua item kuesioner valid dan reliabel, dengan nilai Pearson Correlation dan Cronbach's Alpha yang memenuhi standar. Analisis regresi menunjukkan tidak adanya multikolinearitas dan heteroskedastisitas, serta tidak terdeteksinya autokorelasi dalam residual model. Uji F dan uji t mengindikasikan bahwa ulasan food vlogger memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli, dengan nilai signifikansi yang memenuhi syarat. Ulasan food vlogger, khususnya dari Kuliner Lampung, terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan omzet restoran melalui platform media sosial seperti TikTok dan Instagram. Analisis kualitatif dan kuantitatif mengonfirmasi kontribusi positif ulasan terhadap penjualan dan reputasi restoran Seblak Kuy Khas Bandung. Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan utama berupa kemitraan dengan food vlogger terkenal dan peluang untuk ekspansi, namun juga menyoroti kelemahan dan ancaman terkait ketergantungan pada promosi influencer dan persaingan pasar. Temuan penelitian ini memberikan implikasi bagi pelaku bisnis kuliner di Kota Bandar Lampung. Dengan memanfaatkan ulasan food vlogger, restoran dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik konsumen melalui media sosial. Namun, perlu diimbangi dengan strategi pemasaran berkelanjutan untuk mengurangi ketergantungan pada influencer. Selain itu, penelitian ini memberi wawasan bagi pemilik usaha untuk menjalin kemitraan jangka panjang dengan food vlogger dan mempersiapkan strategi menghadapi persaingan yang semakin ketat.

**Kata Kunci :** Ulasan Food Vlogger, Minat Beli Konsumen, Omzet Restoran, Media Sosial, Analisis SWOT