

ABSTRAK

PENGARUH *YOUTUBE VLOGGER INFLUENCE* DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI GENERASI Z PADA PRODUK KECANTIKAN EMINA DI BANDAR LAMPUNG

Oleh :

NISA NADA DESTIA

Peningkatan penggunaan media sosial khususnya pada Youtube menimbulkan adanya sebuah tren baru yaitu vlog. Tren vlog memunculkan Youtube Vlogger Influence yang khusus mengulas, dan memberikan tutorial mengenai produk kecantikan, dengan adanya tren vlog menjadikan salah satu cara perusahaan untuk melakukan komunikasi pemasaran dengan mengiklankan suatu produk di media sosial *Youtube*. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh *Youtube Vlogger Influence* dan Persepsi Konsumen terhadap Minat Beli Generasi Z pada produk kecantikan Emina di Bandar Lampung. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dengan menggunakan metode kausal dan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu Generasi Z di Bandar Lampung, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda serta pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Youtube Vlogger Influence* dan Persepsi Konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli Generasi Z di Bandar Lampung.

Kata kunci : *Youtube Vlogger Influence* , Persepsi Konsumen, Minat Beli.