

ABSTRAK

(A) FENNY (915160138)

(B) PENGARUH *ENDORSEMENT* DALAM *BEAUTY VLOGGER* TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK “STUDI KASUS FOLLOWERS INSTAGRAM @STORYOFSAND

(C) xii + 53 hlm, 2020, tabel 13 , gambar 11, lampiran 24

(D) PERIKLANAN

Abstrak:

Peningkatan pengguna internet merupakan potensi pasar yang besar bagi para pelaku bisnis untuk memperluas pangsa pasar serta guna meningkatkan penjualan. Hal ini dikarenakan, internet merupakan salah satu sarana komunikasi pemasaran yang efektif bagi para pelaku bisnis untuk meningkatkan penjualan produknya. Sarana yang paling tepat adalah melalui media promosi iklan. Dengan instagram perusahaan dapat menawarkan produknya melalui *beauty vlogger* dan *endorsement* guna meningkatkan minat produk kosmetik yang ditawarkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Endorsement* dalam *Beauty Vlogger* terhadap Minat Beli Kosmetik Follower Instagram @Storyofsand. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel followers @storyofsand. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji analisis regresi sederhana, dan Uji Hipotesis dengan menggunakan aplikasi software SPSS 25.0. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif yang signifikan *Endorsement* dalam *Beauty Vlogger* terhadap Minat Beli Kosmetik Follower Instagram @Storyofsand serta memiliki pengaruh determinasi R square sebesar 67,5 % yang sisanya dipengaruhi faktor lain diluar penelitian

Kata Kunci: *Beauty Vlogger*, *Endorserment*, Minat Beli

(E) Daftar Pustaka: 11 buku (2008-2018), 5 jurnal

(F) Dr. Riris Loisa, M.Si.