

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

ABSTRAK

(A) SONYA APRILLIA SAVITRI (915150203)

(B) Pengaruh Citra, Kredibilitas dan Kemampuan Komunikasi *Beauty Vlogger* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Make-Up Maybelline* (Studi Kasus Tasya Farasya)

(C) xvi + 88 halaman + 51 tabel + 9 gambar + 5 lampiran

(D) PUBLIC

RELATION

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk meneliti citra, kredibilitas dan kemampuan komunikasi *beauty vlogger* terhadap keputusan pembelian produk *make-up Maybelline* setelah menonton video *review* Tasya Farasya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah citra, kredibilitas dan kemampuan komunikasi lalu keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Data penelitian dikumpulkan ini menggunakan metode *non probability sampling* dan teknik *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat dari umur >16 tahun sampai <30 tahun yang mengetahui *channel youtube* Tasya Farasya. Penelitian ini menggunakan alat uji SPSS *for windows* 23 untuk uji validitas, realibilitas, hipotesis (analisis regresi li*nier ganda), Uji T, Uji F, Koefisien korelasi, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Citra *beauty vlogger* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *make-up Maybelline*, 2) kredibilitas *beauty vlogger* paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *make-up Maybelline*, 3) kemampuan komunikasi *beauty vlogger* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *make-up Maybelline*.

Kata Kunci: Citra, Kredibilitas, Kemampuan Komunikasi, Keputusan Pembelian, *beauty vlogger*.

(E) Acuan : 41 buku (1992-2015).

(F) Rezi Erdiansyah Drs.,M.S.,Dr.