

ABSTRAK

Nama : Zikra
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Beauty Vlogger, Online Customer Review* dan Keputusan *Impulse Buying*, Terhadap Minat Beli Secara *Online* Pada Produk Skincare Somethinc (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh beauty vlogger, online customer review dan keputusan pembelian impulsif terhadap minat beli online produk skincare Somethinc (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh). Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Metode analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda dengan Software SPSS. Hasil penelitian ini menemukan bahwa skincare Somethinc Beauty vlogger secara langsung berpengaruh signifikan terhadap minat beli online produk skincare Somethinc secara online. Hal ini menunjukkan bahwa beauty vlogger berpengaruh terhadap minat beli. Dengan demikian, beauty vlogger termasuk dalam pertimbangan yang diutamakan konsumen dalam menarik minat beli di toko Shopee, Instagram, dan TikTok. Review pelanggan online tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli online pada produk skincare Somethinc. Dengan demikian, review pelanggan secara online tidak termasuk dalam pertimbangan yang diprioritaskan dalam meningkatkan minat pembelian, sehingga review positif dan negatif tidak menjadi stimulus utama dalam menciptakan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa review pelanggan online tidak mempengaruhi minat beli pada aplikasi Instagram, TikTok Shop, Shopee, jika review yang diberikan semakin positif maka minat beli belum tentu meningkat. Keputusan pembelian impulsif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli online pada produk skincare Somethinc. Dengan demikian, keputusan pembelian impulsif termasuk dalam pertimbangan yang diprioritaskan dalam meningkatkan minat beli.

Kata Kunci : *Beauty Vlogger, Online Customer Review, Keputusan Impulse Buying* , dan Minat Beli *Online* Produk *Skincare Somethinc*

ABSTRACT

Nama : Zikra
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Beauty Vlogger, Online Customer Review* dan
Keputusan Impulse Buying, Terhadap Minat Beli Secara
Online Pada Produk Skincare Somethinc (Studi Kasus
Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Malikussaleh)

This study aims to test the influence of beauty vloggers, online customer reviews and impulse buying decisions on online purchasing interest in Somethinc skincare products (case study on students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University). The number of respondents in this study was 100 respondents at the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University. The data analysis method used is Multiple Linear Regression with SPSS Software. The results of this study found that Somethinc Beauty vlogger skincare directly has a significant effect on online purchasing interest in Somethinc skincare products online. This shows that beauty vloggers influence purchasing interest. Thus, beauty vloggers are included in the considerations that consumers prioritize in attracting purchasing interest on Shopee, Instagram, and TikTok shops. Online customer reviews do not have a significant effect on online purchasing interest in Somethinc skincare products. Thus, online customer reviews are not included in the considerations that are prioritized in increasing purchasing interest, so that positive and negative reviews are not the main stimulus in creating purchasing decisions. This shows that online customer reviews do not affect purchasing interest in the Instagram, TikTok Shop, Shopee applications, if the reviews given are increasingly positive, purchasing interest does not necessarily increase. Impulse buying decisions have a positive and significant effect on online purchasing interest in Somethinc skincare products. Thus, impulse buying decisions are included in the considerations that are prioritized in increasing purchasing interest.

Keywords : *Beauty Vlogger, Online Customer Review, Impulse Buying Decision, and Online Purchase Interest in Somethinc Skincare Products*