

ABSTRAK

Nama / NIM : Triana Yulia Sari / 2016-0501-001
Judul : Pengaruh *Source Characteristics Food Vlogger Nex Carlos* terhadap Minat Beli *Subscribarnya*
Jumlah Halaman : vi; 69; 1 bagan; 46 tabel; 2 lampiran
Kata Kunci : Karakteristik Sumber, Minat Beli, *Food Vlogger*, Kredibilitas, Atraksi, Kekuatan
Daftar Pustaka : 43 judul, 2002-2019

Makan menurut KBBI, memasukkan sesuatu ke dalam mulut serta mengunyah dan menelannya. Terlalu banyak jenis makanan yang ditawarkan, membuat kita bingung untuk memilih makanan. Lewat Youtube, kita dapat melihat *review* seseorang mengenai makanan yang ia makan. Tetapi sebagai penonton dan konsumen yang ingin membeli produk juga tidak asal melihat *vlog/review*, kita lebih memilih *vlogger* yang dapat kita percayai atau yang *source characteristicnya* baik. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul Pengaruh *Source Characteristics Food Vlogger Nex Carlos* terhadap Minat Beli *Subscribarnya*? Dengan menggunakan kerangka teori Aristoteles dalam buku Rakhmat yaitu *source characteristics* atau ethos yang dibagi menjadi 3 ialah kredibilitas, atraksi dan kekuatan dari serta tidak lupa teori minat beli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *source characteristics food vlogger Nex Carlos* terhadap minat beli *subscribarnya* dengan melakukan survei *online* pada *subscriber* Youtube Nex Carlos di Indonesia. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif serta variabel yang digunakan adalah *source characteristics* (kredibilitas, atraksi/daya tarik, dan kekuatan) dan minat beli. Sampel yang digunakan sejumlah 100 responden yang diperoleh dari menggunakan rumus Slovin. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis korelasi dan regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel *source characteristics* (kredibilitas, atraksi dan kekuatan) memiliki pengaruh terhadap minat beli (Y) mengingat nilai koefisien korelasi (R) yang didapat sebesar 0,733. Dan terbukti bahwa pengaruh *source characteristics* Nex Carlos sebesar 53,7% terhadap minat beli *subscribarnya* dengan nilai R Square 0,537, yang berarti bahwa 46,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.