

PENGARUH KONTEN KREATIF PRODUK SCARLETT WHITENING DI AKUN YOUTUBE DESTY YUFENTI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

Ayu Wulandari, Risa Dwi Ayuni, M. Ali Wafa³

¹Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Islam Kalimantan Al-Banjari, 19110103

²Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Islam Kalimantan Al-Banjari, 1122129001

³Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Islam Kalimantan Al-Banjari, 1113012016

ABSTRAK

Ayu Wulandari, NPM. 19.11.00.40 **PENGARUH KONTEN KREATIF PRODUK SCARLETT WHITENING DI AKUN YOUTUBE DESTY YUFENTI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**. Bimbingan Risa Dwi Ayu sebagai Pembimbing Utama dan Bapak M. Ali Wafa sebagai Co Pembimbing.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana konten kreatif dalam akun youtube Desty Yufenti, bagaimana minat beli konsumen yang dicapai oleh produk Scarlett Whitening dan ingin mengetahui seberapa besar pengaruh konten kreatif dalam akun youtube Desty Yufenti terhadap minat beli konsumen yang dicapai oleh Scarlett Whitening. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian deduktif. Populasi penelitian ini merupakan *subsriver* akun youtube Desty Yufenti yang berjumlah 1,27 juta dengan sampel penelitian diambil menggunakan rumus Slovin berjumlah 100 responden dengan membagikan angket atau kuesioner sebagai teknik pengumpulan data penelitian. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji instrumen, uji validitas, uji reabilitas, uji regresi linier sederhana, uji normalitas, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang relevan konten kreatif melalui akun @DestyYufenti terhadap minat beli produk Scarlett Whitening oleh konsumen yang dibuktikan dari hasil analisis uji hipotesis didapatkan t_{hitung} sebesar $4,956 > 1,622$. Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana didapatkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari adanya konten kreatif produk Scarlett Whitening di akun DestyYufenti dengan minat beli konsumen. Adapun besaran nilai pengaruh konten kreatif dengan minat beli melalui hasil uji koefisien determinasi memiliki pengaruh kontribusi senilai 20%.

Berdasarkan hasil temuan, adapun saran dari peneliti kepada konten kreatif youtube agar lebih meningkatkan kreativitas konten untuk menarik banyak penonton dan *subscriber*, bagi konten kreator dari akun youtube @DestyYufenti agar terus mempertahankan dan meningkatkan akun youtube sebagai wadah berdiskusi tentang produk Scarlett Whitening bagi *subscriber* untuk terus mengikuti ketentuan yang ditentukan konten kreator dalam berdiskusi akan suatu produk serta bagi peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan metodologi lainnya agar dapat mencakup penelitian yang lebih luas dan mendalam terkait penggunaan sosial media seperti *youtube*.

Kata kunci: Pengaruh Konten Kreatif, Medi Sosial Youtube, Minat Beli Konsumen, Produk Scarlett Whitening

Daftar Pustaka

- Profil Youtube @DestyYufenti. Di akses dari <http://youtube.com/DestyYufenti> tanggal 20 Maret 2023.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta. Sugiyono.
2019. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung. Alfabeta, CV.
- Yusuf, Muri. 2014. Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian gabungan. Jakarta. Kencana.