

Pengaruh kredibilitas food vlogger terhadap minat beli konsumen pada produk makanan pedas = The influence of food vlogger credibility on consumer purchase intention in spicy food products

Dian Ilmi Amaliyah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20472493&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh sumber informasi pada ranah digital yang berupa food vlogger terhadap minat beli konsumen pada produk makanan pedas melalui persepsi konsumen akan kredibilitas sumber tersebut. Kredibilitas food vlogger ini diukur melalui persepsi responden akan sifat dapat dipercaya, keahlian serta daya tarik yang dimiliki oleh food vlogger. Penelitian kuantitatif ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada responden sebanyak 100 orang yang merupakan subscriber dari vlogger Ria SW. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kredibilitas food vlogger terhadap minat beli konsumen pada produk makanan pedas.

.....This study examined the influence of food vlogger credibility on consumer purchase intention in spicy food products. The credibility of food vlogger is measured through the respondent's perception of the trustworthiness, expertise and attractiveness of the food vlogger. This quantitative research is done by distributing online questionnaires to the respondents as many as 100 people who are subscriber of the vlogger Ria SW. The results of this study indicate that there is an influence between the credibility of food vloggers on consumer purchase intention in spicy food products.