

ABSTRACT

This research aims to identify the influence of Online Trust, Price Perception, and Beauty Vlogger on Intention in buying cosmetics in an Online Shop. The subjects in this study were consumers who used an Online Shop to make cosmetics purchases online. The sample used in this study was 126 respondents. The sampling technique uses convenience sampling. By using a quantitative descriptive approach. Therefore, the data analysis used is statistical analysis in the form of SEM-PLS. The results of this study indicate Online Trust has a significant positive effect on purchase intention. perceived price which has a significant positive effect on intention to buy and Beauty Vlogger has a significant positive effect on intention to buy.

Keywords: Online Trust, Price Perception, Beauty Vlogger, Purchase Intention ,Online Shop.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Online Trust*, *Price Perception* dan *Beauty Vlogger* terhadap *Minat Beli kosmetik* di *Online Shop*. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan *Online Shop* untuk melakukan pembelian kosmetik melalui *Online*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 126 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Online Trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *Minat Beli*. *Price Perception* berpengaruh positif signifikan terhadap *Minat Beli* dan *Beauty Vlogger* berpengaruh positif signifikan terhadap *Minat Beli*.

Kata kunci : *Online Trust*, *Price Perception*, *Beauty Vlogger*, *Minat Beli kosmetik*, *Online Shop*.

