

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Muhammad Qadaruddin. 2015. "Teori Komunikasi Media Massa." *Teori Komunikasi Media Massa*, no. 1996: 1. [http://repository.iainpare.ac.id/1170/1/TEORI KOMUNIKASI MEDIA MASSA .pdf](http://repository.iainpare.ac.id/1170/1/TEORI_KOMUNIKASI_MEDIA_MASSA.pdf).
- Aini, Syarifah Nur, Bintan Auliya Qurrota A'yun, Eugenius Damar Pradipta, Awanis Akalili, and Febriansyah Kulau. 2021. "Analisis Retorika Visual Pada Konten Youtube Kanal Skinnyindonesian24 Dengan Judul 'Youtube Lebih Dari Tv.'" *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 18 (1): 30–48. <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40433>.
- Angella, Theodora, and M Rahmadi. 2020. "Analisis Review Beauty Vlogger , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Minat Beli Analysis Of Beauty Vlogger Reviews , Product Quality , And Price On Buying Interest" 7 (Juni): 18–32.
- Arham, Mutmainnah. 2020. "Efektivitas Penggunaan Youtube Sebagai Media Pembelajaran Mutmainnah Arham." *Academia Education*, 1–13.
- Arista, Lutfiah, and Herlan Lasmana. 2019. "Pengaruh Review Oleh Sarah Ayu Pada Produk Kecantikan Di Youtube Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Menggunakan Produk." *Scriptura* 9 (1): 26–34. <https://doi.org/10.9744/scriptura.9.1.26-34>.
- Cindy Silvia, and Nur Atnan. 2019. "PENGARUH TESTIMONIAL REVIEW BEAUTY VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOTA BANDUNG (Studi Pada Produk Freeman Dalam Video Suhay Salim)." *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* 6 (2): 1714.
- David, E. R. (Eribka), M. (Mariam) Sondakh, and S. (Stefi) Harilama. 2017. "Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi.” *Acta Diurna* 6 (1): 93363. <https://www.neliti.com/publications/93363/pengaruh-konten-vlog-dalam-youtube-terhadap-pembentukan-sikap-mahasiswa-ilmu-kom>.

Gede, I, Titah Pratyaksa, Niluh Wiwik, Eka Putri, Stahn Mpu, and Kurutan Singaraja. 2013. “KOMUNIKASI MASSA PADA KHALAYAK (PENGUNAAN NEW MEDIA DALAM MEMBENTUK PERILAKU PHYSICAL DISTANCING).” *Niluh Wiwik Eka Putri* 2: 110–19. <https://covid19.go.id/>.

Irham, Icep, Fauzan Syukri, and M Djaswidi Al Hamdani. 2019. “Pengaruh Kegiatan Keagamaan Terhadap Kualitas Pendidikan.” *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam* 7 (1).

Lugra Agusta Pranawa, I Putu, and Agus Putu Abiyasa. 2019. “Digital Marketing Dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 16 (4): 58. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2250>.

Mardiatmoko, Gun. 2020. “Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda.” *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14 (3): 333–42. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>.

Mariezka, Filza Intan, Hanny Hafiar, and Yustikasari Yustikasari. 2018. “Pemaknaan Profesi Beauty Vlogger Melalui Pengalaman Komunikasi.” *Nyimak: Journal of Communication* 2 (2): 95. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v2i2.920>.

Nasution, Asrizal Efendy, Linzzy Pratami Putri, and Muhammad Taufik Lesmana. 2019. “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan.” *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan* 1 (1): 194–99. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>.

Nurrohmah, Siti, Oktor Kiswati, Aditya Yudha Prima, and Dewi Maharani

- Purbasari. 2020. "Analisis Perbandingan Citra Merek Produk Kosmetik Dalam Negeri Dan Luar Negeri (Studi Kasus Pada Mahasiswi Perguruan Tinggi Di Kota Bogor)." *Jurnal Organisasi Dan Manajemen (JOM)*, 1–7.
- Priana, Septa Ronny Yudhi. 2017. "Pemanfaatan Vlog Sebagai Media Pembelajaran Terintegrasi Teknologi Informasi." *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP UNTIRTA 2017*, 313–16. https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=2007&q=Pemanfaatan+Vlog+sebagai+Media+Pembelajaran+Terintegrasi+Teknologi+Informasi&btnG=.
- Puspitasari, Desi, and Novi Marlina. 2021. "Beauty Vlogger Sebagai Moderasi Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 9 (3): 1335–41.
- Putri, Rizky Amanda, . Rudianto, and Rahmanita Ginting. 2020. "Pengaruh Tayangan Beauty Vlogger Dan Perubahan Gaya Hidup Mahasiswi Ilmu Komunikasi FISIP USU Dan FIS UIN SU." *Persepsi: Communication Journal* 3 (2): 113–24. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v>.
- Reviona Denifa Afassy, Aqida Nuril Salma. 2021. "PENGARUH KONTEN REVIEW BEAUTY VLOGGER TASYA FARASYA TERHADAP BRAND IMAGE KOSMETIK MADAME GIE" 8 (6): 8998–9011.
- Ri'aeni, Ida. 2015. "Penggunaan New Media Dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya Di Indonesia." *Jurnal Komunikasi* 9 (2): 187–97. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol9.iss2.art5>.
- Safitri, Anggi Aldila, and Irwansya. 2021. "Migrasi Televisi Ke Youtube Sebagai Perkembangan Media Teknologi Komunikasi Anggi" 3 (2): 287–93.
- Sami, Ayub, and Amsal Armi. 2017. "Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Penelitian Terhadap Pemilik Toko Emas Mulia Indah Di Kota Takengon)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah* Volume 2 (Penulis 1): Nomor4.

<http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/5524/2625>.

- Sari, Sonnya, and Gati Dwi Yuliana. 2017. "Electronic Word of Mouth Melalui Youtube: Studi Terhadap Beauty Vlogger Kosmetik Wardah." *CoverAge: Journal of Strategic Communication* 8 (1): 59–69. www.labana.id.
- Septiani, Lika Alda. 2021. "Bagaimana Konsumen Kosmetik Memerhatikan Beauty Vlogger Dan Pengaruhnya Terhadap Niat Beli." *Jurnal Ilmu Manajemen* 9 (2): 634. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p634-650>.
- Setiadarma, Aan. 2020. "Pemanfaatan Media Baru Dalam Media Relations." *Jurnal Ikon Desember*, 262–72.
- Silitonga, Debyca Olivia. 2018. "Komunikasi Pemasaran Beauty Vlogger Di Youtube Terhadap Minat Beli Mahasiswa (Studi Deskriptif Kualitatif Mahasiswa Universitas Medan Area)."
- Silvia, Cindy, and Nur Atnan. 2019. "Pengaruh Testimonial Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Bandung" 6 (1): 1714–21.
- Sinaga, Rumandong Eliza Maria, and Andriani Kusumawati. 2018. "Pengaruh YouTube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk (Studi Pada Pengguna Kosmetik Maybelline Di Indonesia)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 63 (1): 187–96.
- Sugiyono. 2013. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALFABETA, CV.
- Susanti, Elsik Trisna, Linda Rosalina, and Tata Rias. 2020. "Pengaruh Tayangan Youtube Beauty Vlogger Terhadap Perilaku Kecantikan Universitas Negeri Padang" 2 (2): 30–40.
- Warasto, Hestu Nugroho. 2018. "ANALISA PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur)." *JURNAL SeMaRaK* 1 (1): 1–12.

<https://doi.org/10.32493/smk.v1i1.1243.y2018>.

Wiriany, Detya, and Tiarani Vidia Pratami. 2019. "Kekuatan Media Baru Youtube Dalam Membentuk Budaya Populer." *ArtComm : Jurnal Komunikasi Dan Desain* 2 (02): 25–30.
<https://doi.org/10.37278/artcomm.v2i02.199>.

Yustiyawan, Rachman Halim, and Maritha Ningsih. 2019. "Analisa Pengaruh Promosi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Media Youtube Oleh Beauty Vlogger)." *Jurnal Eksekutif* 16 (2): 473–84.

Sumber Internet :

Amera P. Safira. 2020. "Berkenalan dengan 5 Beauty Vlogger Indonesia Inspiratif", <https://qwords.com/blog/beauty-vlogger/>, di akses pada 10 Januari 2022.

ZAP Clinic. 2020. ZAP Beauty Index 2020, <http://zapclinic.com/blog/beauty/zap-beauty-index-2020/215> , di akses pada 14 Maret 2022.

ZAP Clinic. 2020. ZAP Beauty Index 2020, <https://zapclinic.com/zapbeautyindex>, di akses pada 14 Maret 2022.

LAMPIRAN

1. SK Dosen Pembimbing.

**UNIVERSITAS DJUANDA BOGOR**
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK DAN SAINS KOMUNIKASI
STATUS TERAKREDITASI BAN-PT DIKTI
Jl. Tol Ciawi No.1, Kotak Pos Ciawi 35, Bogor 16720 Jawa Barat Telp./Fax : (0251)8240773, E-Mail : fisip@unida.ac.id

KEPUTUSAN DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DJUANDA
NO.1565/01/FISIP/B-SKEP.KMK/XII/2021

Tentang
Penetapan Dewan Pembimbing Skripsi
Untuk Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Djuanda

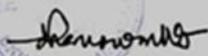
Bismillaaahirrahmaanirrahiim

Menimbang : a. Bahwa untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi di Universitas Djuanda dipandang perlu menetapkan Dewan Pembimbing Skripsi yang terdiri dari 1 orang Pembimbing I dan 1 orang pembimbing II.
b. Bahwa mereka yang namanya tercantum dalam Lampiran Keputusan ini dipandang mampu dan memenuhi syarat untuk menjadi Dewan Pembimbing Skripsi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Djuanda.

Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003, Tentang Sistem Pendidikan Nasional.
2. Undang-Undang No. 14 Tahun 2005, Tentang Guru dan Dosen.
3. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012, Tentang Sistem Pendidikan Tinggi.
4. Peraturan Pemerintah No. 17 Tahun 2010, Tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan.
5. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 3 Tahun 2020, Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
6. Statuta Universitas Djuanda Bogor Tahun 2019.
7. Surat Keputusan Rektor No. 05/2018, Tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Masa Bakti 2018-2022.

MEMUTUSKAN

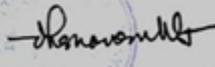
Menetapkan
Pertama : Mengangkat mereka yang namanya tercantum dalam Lampiran Keputusan ini sebagai Dewan Pembimbing Skripsi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Djuanda.
Kedua : Pembimbing I dan II bertugas memeriksa dan membimbing Skripsi mahasiswa baik di bidang materi maupun di bidang metodologi.
Ketiga : Keputusan ini berlaku satu tahun sejak tanggal ditetapkan penunjukan pembimbing atau mahasiswa tersebut telah dinyatakan lulus ujian Skripsi, dengan ketentuan apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bogor
Pada tanggal : 14 Desember 2021
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Dekan,

Drs. Denny Hernawan, M.A.
NPP. 213 870 057

Lampiran : Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Djuanda
No. 1565/01/FISIP/B-SKEP.KMK/XII/2021

No	Nama Pembimbing	Jabatan Fungsional	Jabatan Dalam Dewan	Mahasiswa Nama/Nim.	Tanggal Penunjukan
1	Maria Fitriah, S.Sos., M.Si.	Asisten Ahli	Pembimbing I	Nabilah Salsabila G.1810294	14 Desember 2021
2	Desi Hasbiah, S.Si., M.I.Kom.	Asisten Ahli	Pembimbing II		

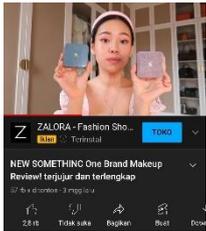
Bogor, 14 Desember 2021
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Dekan,



Drs. Denny Hermawan, M.A.
NPP: 213.870.057

Tembusan:
1. Dosen Pembimbing
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Peringgal

2. Konten Review Product dari beberapa Beauty Vlogger di Indonesia.

No.	Nama Beauty Vlogger	Jumlah Penonton	Jumlah Komentar
1.	<p>Suhay Salim</p>  <p>https://youtu.be/Zfp8F2NRGzw</p>	180.652	301
2.	<p>Cinderella</p>  <p>https://youtu.be/lxWQwPjJ044</p>	3.662	13
3.	<p>Tasya Farasya</p>  <p>https://youtu.be/RkMeGPClvTo</p>	125.736	124
4.	<p>Abel Cantika</p>  <p>https://youtu.be/CTiD8z-Z_Q4</p>	46.692	471
5.	<p>Molita Lin</p>  <p>https://youtu.be/BL8ph7hUn5Y</p>	57.328	161

3. Kuesioner Penelitian.

**KONTEN *REVIEW PRODUCT BEAUTY VLOGGER*
SEBAGAI PENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOSMETIK PADA
MAHASISWI
(Studi Pada Mahasiswi Perguruan Tinggi Di Kota Bogor)**

Oleh

Data Peneliti :

Nama : Nabilah Salsabila
NIM : G.1810294
Instansi : Universitas Djuanda
Program Studi : Sains Komunikasi

Petunjuk Pengisian :

1. Kuesioner ditunjukkan bagi Mahasiswi Perguruan Tinggi Di Kota Bogor yang Menonton Konten *Review Product Beauty Vlogger* di YouTube.
2. Semua pertanyaan wajib dijawab dan tidak ada yang terlewatkan.
3. Pilihlah jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan keadaan sebenarnya.
4. Adapun kategori jawaban yaitu :
 1. Sangat Tidak Setuju (STS).
 2. Tidak Setuju (TS).
 3. Kurang Setuju (KS).
 4. Setuju (S).
 5. Sangat Setuju (SS).

Data Pribadi Responden :

1. Nama :
2. Usia :

<input type="checkbox"/>	17 – 25 Tahun.
<input type="checkbox"/>	26 – 35 Tahun.
<input type="checkbox"/>	36 – 45 Tahun.
<input type="checkbox"/>	46 – 55 Tahun.
<input type="checkbox"/>	> 55 Tahun.

3. Pendidikan :

	Diploma.
	Sarjana (S1).
	Magister (S2).
	Doktor (S3).

4. Uang Saku / Pendapatan :

	< Rp. 500.000 Per Bulan.
	Rp. 500.000 – 1.000.000 Per Bulan.
	Rp. 1.000.000 – 2.000.000 Per Bulan.
	> Rp. 2.000.000 Per Bulan.

Data Penelitian :

1. Apakah anda mengetahui seorang *Beauty Vlogger* ? Ya (Jika mengetahui maka lanjut ke pertanyaan selanjutnya), Tidak (Jika tidak mengetahui maka pertanyaan berhenti sampai sini).

	Ya.
	Tidak.

2. Apakah anda mengetahui Konten *Review Product* yang dibagikan oleh seorang *Beauty Vlogger* di YouTube ? Ya (Jika mengetahui maka lanjut ke pertanyaan selanjutnya), Tidak (Jika tidak mengetahui maka pertanyaan berhenti sampai sini).

	Ya.
	Tidak.

1. Variabel (X) Konten *Review Product Beauty Vlogger*.

Kepercayaan (<i>Trustworthiness</i>)							
Dimensi.	No	Pertanyaan.	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
Dapat Diandalkan (<i>Dependable</i>)	1.	<i>Review Product</i> yang diberikan <i>Beauty Vlogger</i> dapat di mengerti					

		dengan baik.					
	2.	<i>Review Product</i> yang diberikan <i>Beauty Vlogger</i> memudahkan dalam memilih Produk.					
Jujur (<i>Honest</i>)	3.	<i>Beauty Vlogger</i> memberikan <i>Review</i> sesuai Kualitas Produk.					
	4.	<i>Beauty Vlogger</i> memberi tahu sisi baik dari produk yang <i>direview</i> .					

Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)							
Dimensi.	No	Pertanyaan.	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
Kepribadian	5.	<i>Beauty Vlogger</i> menggunakan gaya bicara yang meyakinkan saat <i>mereview Product</i> .					
	6.	<i>Beauty Vlogger</i>					

		bersikap Ramah saat mereview <i>Product</i> .					
Penampilan	7.	<i>Beauty Vlogger</i> memiliki ciri khas dalam berpenampilan saat mereview <i>Product</i> .					
	8.	Saya menyukai tata rias wajah <i>Beauty Vlogger</i> saat mereview Kosmetik.					

Keahlian (<i>Expertise</i>)							
Dimensi.	No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
Pengetahuan	9.	<i>Beauty Vlogger</i> memiliki pengetahuan tentang produk yang akan direview.					
	10.	<i>Beauty Vlogger</i> memiliki pengetahuan tentang penggunaan Kosmetik.					
Keterampilan	11.	<i>Beauty</i>					

n		<i>Vlogger Kreatif dalam menyajikan konten Review Product.</i>					
	12.	Pesan yang disampaikan oleh <i>Beauty Vlogger</i> saat mereview Kosmetik dapat dipahami.					

2. Variabel (Y) Keputusan Pembelian Produk Kosmetik.

Perhatian (<i>Attention</i>)							
Dimensi.	No.	Pertanyaan.	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
Pengetahuan	13.	Saya mencari informasi mengenai Kosmetik melalui <i>Review Product</i> yang diberikan <i>Beauty Vlogger</i> .					
	14.	<i>Review Product Beauty Vlogger</i> merupakan informasi pendukung mengenai					

		Kosmetik.					
Pengenalan	15.	Saya mencari tahu tentang Kosmetik yang saya inginkan melalui <i>Review Product Beauty Vlogger</i>					

Minat (<i>Interest</i>)							
Dimensi.	No.	Pertanyaan.	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
Ketertarikan	16.	Saya Menonton Konten <i>Review Product</i> karna tertarik pada <i>Beauty Vloggernya</i> .					
	17.	Saya Menonton Konten <i>Review Product</i> karna tertarik pada Kosmetik yang <i>direview</i> .					
Keinginan	18.	Saya ingin membagikan Informasi mengenai Kosmetik tersebut					

		kepada orang terdekat.					
--	--	------------------------	--	--	--	--	--

Hasrat/Keinginan (<i>Desire</i>)							
Dimensi.	No.	Pertanyaan.	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
Kesadaran	19.	Saya menyadari Kosmetik yang saya inginkan dinilai baik dari <i>Review Beauty Vlogger</i> .					
	20.	Saya menemukan solusi dari <i>Review Product</i> tentang Kosmetik yang saya inginkan.					
Meyakini	21.	Menurut saya produk yang direview oleh <i>Beauty Vlogger</i> sesuai dengan kebutuhan saya.					
	22.	Saya yakin produk yang direview <i>Beauty Vlogger</i> dapat menjadi perhatian					

		banyak orang.					
--	--	---------------	--	--	--	--	--

Keputusan (<i>Decision</i>)							
Dimensi.	No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
Mengevaluasi	23.	Saya Membandingkan hasil <i>review</i> Kosmetik dari beberapa <i>Beauty Vlogger</i> sebelum membelinya .					
	24.	Saya Mendiskusikan Produk Kosmetik yang <i>direview</i> oleh <i>Beauty Vlogger</i> kepada orang terdekat.					
Penerimaan	25.	Saya menerima keuntungan dari Informasi yang di sampaikan <i>Beauty Vlogger</i> saat <i>mereview</i> .					

	26.	Saya merasa puas dengan <i>Review Product</i> yang diberikan <i>Beauty Vlogger</i> .					
--	-----	--	--	--	--	--	--

Tindakan (Action)							
Dimensi.	No.	Pertanyaan.	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
Perilaku	27.	<i>Review Product Beauty Vlogger</i> menjadi acuan dalam membeli Kosmetik.					
	28.	Saya menyarankan produk yang direview oleh <i>Beauty Vlogger</i> kepada orang terdekat.					
Membeli	29.	Membeli Produk yang direview oleh <i>Beauty Vlogger</i> karena Informasi yang disampaikan <i>Beauty Vlogger</i> .					
	30.	Membeli Produk yang direview oleh <i>Beauty Vlogger</i> karena yakin dengan <i>Beauty</i>					

		<i>Vloggernya.</i>					
	31.	Membeli Produk yang direview oleh <i>Beauty Vlogger</i> karena ingin menggunakan Produk Tersebut.					

4. Tabulasi Data Kuesioner Responden.

Variabel X (Konten *Review Product Beauty Vlogger*).

Keterangan :

- 1 : Sangat Tidak Setuju.
- 2 : Tidak Setuju.
- 3 : Kurang Setuju.
- 4 : Setuju.
- 5 : Sangat Setuju.

X1.1.1	X1.1.1	X1.1.2	X1.1.2	X1.2.1	X1.2.1	X1.2.2	X1.2.2	X1.3.1	X1.3.1	X1.3.2	X1.3.2
4	5	3	5	3	5	3	5	5	3	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
5	4	3	5	5	4	3	3	2	4	3	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5

4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4
4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4
5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4
4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3
3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	4
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	5	5	5	5	3	3	4	4
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	2	4	4	5	2	5	5	4	4	4	2
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4
3	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5
3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5

4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	2	5	5	5	5	3	3	5	4	3
4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4
3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	3	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	2	4	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	5
5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4
5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4
4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5
4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4

5	5	3	3	5	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5
5	4	5	4	4	5	5	5	4	3	4	5
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	5	3	3	3	3	3	4	4	3	3
4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4
5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5
4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4
4	3	3	5	3	4	3	3	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	5	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4
4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	3	5
5	5	4	4	5	5	4	5	3	5	5	5
4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5
3	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5
4	5	3	4	4	4	4	3	5	4	5	4
4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	3	4	3	4	5	3	4	4
3	4	4	2	3	5	5	2	2	3	3	4

3	3	3	5	5	5	5	3	5	5	5	4
5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5
4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4
4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4
3	3	4	4	5	4	2	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	2	3	4	3	3	4	5	5	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	3	4
5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	3	5	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	3	5	5	5	5	1	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	4	5	5	5	3	3	4	3	4
4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
3	4	3	4	4	3	5	3	4	4	3	4
4	4	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	3	5	4	4	3	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	5

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4
4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	3	3	4	3	5	4	4	4	5	5
4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
3	4	4	3	3	4	2	3	4	2	3	3
4	4	3	5	4	5	3	4	5	4	5	5
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5
3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3
3	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5
4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5

5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5
4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4
4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	2	4	4	2	5	5	2
4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	3	5	4	4	2	2	4	3
4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	5	4	4	5	4	5	4	3	5
5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3
4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5

5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	3	4	4	3	2	3	4
4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4
4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
3	5	2	4	5	5	2	3	5	4	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	3	4	5	4	5	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5
5	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	5
3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	5	5	4	4	3	4	4	5	5	3	4
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4
5	4	3	5	4	4	5	5	4	5	5	4
4	4	3	5	5	5	5	5	5	3	4	4
5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
5	5	2	3	3	5	5	3	5	5	5	5
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	2	3	2	2	2	2	2	2	2
4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4

4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	3	4	4	4	5	3	3	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	4
5	5	3	4	5	5	3	4	3	5	5	4
4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5
3	4	3	4	5	5	5	4	4	4	3	4
4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	2	4	3	4	5	5	5	5
3	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4
4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4
4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4

4	5	2	5	5	5	5	5	4	5	5	4
4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5
3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	4	4	3	4	4	3	4	5	3	4
5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
4	5	4	4	3	3	3	3	5	5	4	4
4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	4
3	4	5	3	5	5	5	4	3	4	4	4
4	5	3	4	5	5	5	5	3	3	5	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	5	3	5	4	3	4	4	4	4
3	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4
4	5	4	5	5	5	5	3	5	5	4	5
4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	4	5	5	4	2	5	4	5	4	3

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4
4	5	4	3	4	5	4	5	2	4	4	5
3	4	2	5	5	5	5	3	3	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4
4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3
5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5
4	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	5
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5
4	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	3	4
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	5
5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	3	5	5	5	5	4	5	4	5	5
4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	3	5	5	5	5	3	5	5	5
5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4

5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	3	3	5	5	5	3	3	4	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5
4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5
4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3
4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
5	5	3	5	5	5	5	2	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	3	4	4	5	3	4	5	5	3	4
4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4
4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4

1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4
4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4
3	3	2	4	4	4	4	3	4	5	3	3
4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5
4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Variabel Y (Keputusan Pembelian Kosmetik).

Keterangan :

- 1 : Sangat Tidak Setuju.
- 2 : Tidak Setuju.
- 3 : Kurang Setuju.
- 4 : Setuju.
- 5 : Sangat Setuju.

Y1.1. 1	Y1.1. 1	Y1.1. 2	Y1.2. 1	Y1.2. 1	Y1.2. 2	Y1.3. 1	Y1.3. 1	Y1.3. 2	Y1.3. 2	Y1.4. 1	Y1.4. 1	Y1.4. 2	Y1.4. 2	Y1.5. 1	Y1.5. 1	Y1.5. 2	Y1.5. 2	Y1.5. 2
3	4	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	3	5	5	4
4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	2	3	3	2	3	3	3	4
4	5	3	4	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	2	2	5	2	5	5	4	5	5	5	2	4	4	2
3	4	4	4	4	3	4	5	5	3	5	5	5	3	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	3	2	5	4	5	4	5	5
5	3	4	2	5	3	4	5	3	4	5	4	4	2	5	2	1	4	5
4	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	3	5	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	5	3
4	4	5	3	5	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	4
5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	4	3	5	3	5	5	5
4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	4	4	3	3	5	4	3	5	3	5	4	4	3	3	3	5
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2
5	5	5	2	5	3	3	5	4	5	5	3	4	4	5	2	5	3	5
5	5	4	3	4	4	3	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	4	2	2	4	4	4	3	3	4	2	2	3	4	4	2	2	2	2
5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	3	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	2	5	4	4	5	4	2	5	2	4	3	5	4	2	3	5
4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	2	4	4	4	3	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4
2	2	2	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3
4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	4	1	3	3	2	3	3	3	3	3	4	1	2	3	3
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5
1	4	2	4	4	2	4	1	4	2	5	2	5	2	4	1	4	2	4
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	4
5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4
5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4
5	5	5	3	4	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	1	5
5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5
4	5	5	3	5	3	4	5	5	4	5	3	3	4	4	3	3	3	5
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
3	4	4	2	5	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	4	4
5	5	5	1	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	2
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	2	5	5	5	4	4	5	4
4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	3	4	3	4
4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	2	4	3	2	2	2	2	4
5	5	5	2	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	1	4	4	4	4	4	5	5	1	4	2	4	1	4	1	5
3	4	3	4	5	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4
5	4	5	3	5	4	4	4	5	4	4	3	3	5	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	5	3	3	5	3	5	5	5	3	3	5	3	5	3	5
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5
4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3
5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	2	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	2	4	4	3	4	3	2	4	3	3	3	4	4	2
5	4	5	2	5	3	3	5	4	4	5	5	2	3	5	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	5	3	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	3	3	5
5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	5	5	5	3	3	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	5
4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4
5	5	5	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	3	5
5	5	5	2	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	3	5	4	3	4	3	4	4	2	5	4	3	3	3	2	4
5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	3	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	5	5
4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3
5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5
3	4	3	4	3	5	3	5	3	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4
3	3	4	3	5	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5
4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	4	3
4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	2	3

5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	5	4	3	5	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
4	5	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4
4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5
5	5	5	3	4	3	4	4	5	2	4	5	3	4	3	3	3	3	4
5	5	5	2	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4
4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	3	4	4	4	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	3	5
5	5	5	3	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	5	3	4	4	4
4	4	4	5	5	3	3	4	3	4	5	5	4	4	4	4	3	2	5
4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	2	5	5	5	3	4	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3
4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4
3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	4	4	2	3	3	2	4	2	4
3	5	5	4	4	3	5	3	3	2	5	3	3	3	5	3	4	3	4
3	4	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	2	2	3	5
4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5

5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	3	4	5	5	3	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4
5	5	3	3	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	3	3	4	5	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	3	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5
5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4
4	5	4	2	5	4	4	4	4	4	5	2	2	4	4	4	4	2	4
4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	5	3	2	3	3	4	4	5	3
5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4
5	5	5	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5
4	4	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	2	5	4	4	4	3	4	5	2	2	3	4	4	4	2	4
4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	5	5	3	4	4	3	3	3	4
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5
4	4	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4
4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5

5	4	4	5	4	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	
5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	
3	5	4	1	4	4	2	5	1	5	4	5	5	5	3	2	4	5	2	
4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	
4	4	4	2	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	
4	4	4	2	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	4	
5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	2	4	4	5	3	4	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	5	3	
5	5	5	3	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	
5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	
5	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5	1	5	5	5	1	5	1	5	
5	5	5	3	5	4	3	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5	
4	3	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	
5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	
4	4	4	4	3	3	3	5	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4	4	3	4	4	
5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	
5	5	5	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5	3	5	5	5	2	5	

4	4	4	3	4	5	4	3	5	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	2	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5
4	5	3	2	5	4	4	5	4	4	4	3	5	4	5	3	3	5	4
3	4	3	3	3	4	2	3	3	2	5	3	4	5	4	3	3	3	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5
4	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
3	4	5	4	3	4	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4
2	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4
5	4	5	2	4	2	4	4	5	3	4	1	4	4	4	2	3	1	3
5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	5	4	5
5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5
3	4	4	5	5	3	4	5	4	3	5	5	5	5	2	2	2	2	5
4	3	5	5	4	5	3	4	3	5	2	4	5	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	2	5	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4
5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4
5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4
5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5
4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	2	5	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5
5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	3	3	4	4
5	5	4	1	5	3	3	4	4	3	5	5	2	3	4	3	3	2	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	4	4	4	4	3	5	5	3	4	5	4	4	4	3	5
5	4	5	3	5	3	4	5	5	4	4	3	3	3	4	3	3	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	2	4	3	3	4	2	4	2	3	3	2	3	2	3
5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	3	5	5
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	2	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	2	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	2	5	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	5
4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5
5	4	5	2	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	3	2	4
5	5	5	3	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5
4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4
5	5	5	3	5	2	4	5	3	4	1	1	4	5	4	3	4	4	5
5	5	5	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	5	3	4
3	3	5	4	4	3	3	3	3	5	5	3	3	3	4	3	3	3	5
5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	3	2	3	3	3	3	4	2	3	4	3	2	2	2	4
4	4	3	4	3	2	2	3	2	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3
5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
5	5	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
5	5	5	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5
5	5	4	1	4	4	3	5	4	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	3	4	2	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	4	3	3
4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	5
5	4	4	1	5	4	4	5	3	4	4	5	2	3	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5
5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4	3	5
4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	3	4	3	4	4	4	4	3	5
5	5	2	2	4	1	2	3	3	3	5	1	2	4	3	1	2	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	5	4	2	3	3	4	4	2	2	3	3	2	2	2	2	2
3	3	4	3	4	3	5	5	5	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3
5	4	5	4	4	2	4	5	4	4	5	4	5	4	3	3	3	4	4
5	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	5	3	4	3	3
5	5	5	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	3	5
5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	5	2	5	3	3	3	4	4	5	3	4	4	5	3	4	2	5
3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	3	4	3	3
5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	5	5	2	5
3	4	5	3	5	2	3	3	3	3	2	2	4	4	3	2	3	3	4
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	2	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	2	5	2	5
4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	2	5	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5

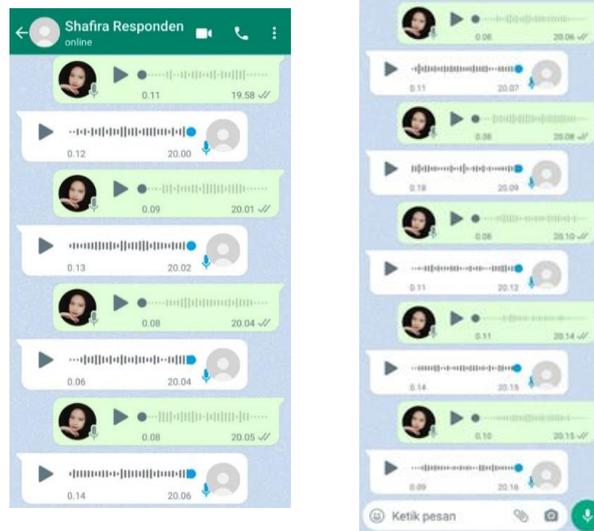
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4
5	5	5	3	5	3	5	5	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	2	5
5	5	4	2	5	5	5	5	4	4	5	1	4	4	5	1	5	1	5
4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5
4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4
5	4	4	3	4	3	3	5	4	4	5	4	4	4	5	3	5	4	4
5	5	5	1	5	2	5	5	5	5	5	1	5	5	5	1	5	1	5
5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	5
5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5
5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	1	5	4	5	5	5	5	5
5	4	5	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	3	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	3	5
3	3	3	5	3	2	5	5	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	5
3	4	3	3	4	2	3	3	4	5	4	2	3	3	4	3	4	4	4
5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	5	3	3	3
5	5	5	1	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	5
5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	5
5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	5
5	4	5	5	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

5. Transkrip Wawancara.

Transkrip Wawancara 1

Nama : Shafira
Tanggal : Kamis, 30 Juni 2022
Waktu : 20.00 WIB – 20.30 WIB
Tempat : Whatsapp Voice Note



1. Variabel (X) Konten *Review Product Beauty Vlogger*.

1. Seperti apa Konten *Review Product Beauty Vlogger* yang dapat di mengerti dengan baik menurut kamu?

Jawaban : Menurut aku *Review Product* bisa dimengerti saat *Beauty Vlogger* berbicara dengan jelas dan menyampaikan Informasi mengenai Kosmetik tersebut dengan Singkat dan padat.

2. Seperti apa penjelasan *Beauty Vlogger* mengenai sisi baik dari produk saat mereview menurut kamu?

Jawaba : Contohnya *Beauty Vlogger* menjelaskan kalau Produk tersebut terbuat dari bahan yang natural atau tidak berbahaya, sehingga sangat cocok dipakai oleh orang yang kulitnya sensitive.

3. Apakah kamu menyukai tata rias wajah *Beauty Vlogger* saat mereview Kosmetik.

Jawaban : Aku suka gaya Makeup *Beauty Vlogger* yang simple waktu mempraktekan penggunaan Kosmetiknya.

4. Menurut kamu Apakah *Beauty Vlogger* memiliki pengetahuan tentang penggunaan Kosmetik?

Jawaban _____ : Menurut aku *Beauty Vlogger* berpengetahuan tentang Penggunaan Kosmetik karna saat mereview Kosmetik tersebut dia juga mempraktekkan dan menjelaskan cara penggunaan Kosmetik tersebut

5. Apakah kamu memahai Pesan yang disampaikan oleh *Beauty Vlogger* saat mereview Kosmetik?

Jawaban _____ : Aku paham sama Informasi tentang Kosmetik yang di sampaikan *Beauty Vlogger* karna dia menjelaskan kandungan kosmetik tersebut dan mempraktekkan penggunaan kosmetik tersebut, dengan kedua cara itu jadi semakin jelas Pesan yang disampaikannya.

2. Variabel (Y) Keputusan Pembelian Kosmetik.

6. Mengapa *Review Product Beauty Vlogger* menjadi Informasi pendukung kamu mengenai Kosmetik ?

Jawaban _____ : Karna dalam Konten tersebut mengulas tentang suatu Produk salah satunya Kosmetik jadi aku bisa mempertimbangkan apakah produk tersebut layak untuk aku beli atau tidak.

7. Mengapa kamu merasa Produk yang direview oleh *Beauty Vlogger* sesuai dengan kebutuhan kamu?

Jawaban _____ : Karna *Beauty Vlogger* menjelaskan kandungan dan kegunaan dari produk tersebut yang aku rasa produk itu sesuai dengan kebutuhan aku saat ini.

8. Mengapa kamu Mendiskusikan Kosmetik yang direview oleh *Beauty Vlogger* kepada orang terdekat ?

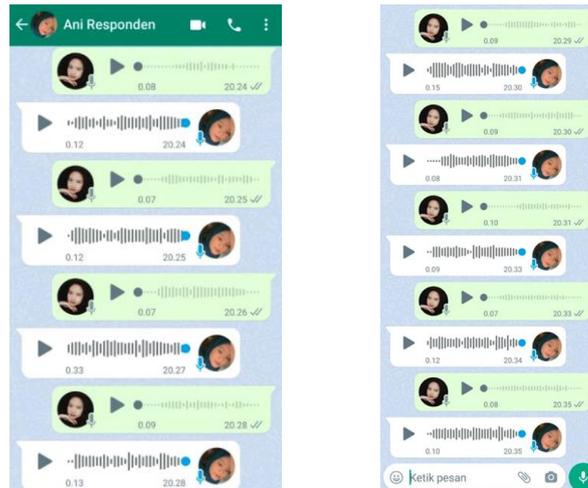
Jawaban _____ : Karna Kosmetik yang direview sama *Beauty Vlogger* adalah produk terbaru dan bagus jadi Produk tersebut aku diskusikan sama teman terdekat.

9. Apa alasan kamu membeli Produk yang direview oleh *Beauty Vlogger* karena ingin menggunakan Produk Tersebut ?

Jawaban _____ : Produk yang direview sama *Beauty Vlogger* itu Produk yang selama ini aku mau, jadi aku beli Produk tersebut karena mau menggunakannya.

Transkrip Wawancara 2

Nama : Ani
Tanggal : Kamis, 30 Juni 2022
Waktu : 20.30WIB – 21.00 WIB
Tempat : Whatsapp Voice Note



1. Variabel (X) Konten *Review Product Beauty Vlogger*.

1. Seperti apa penjelasan *Beauty Vlogger* mengenai Kualitas Produknya menurut kamu?

Jawaban : Beauty Vlogger menjelaskan kualitas Produk contohnya seperti Ingredients apa yang ada di dalam Produk tersebut dan produk tersebut cocoknya untuk jenis kulit seperti apa.

2. Seperti apa sikap Ramah yang ditunjukkan *Beauty Vlogger* saat mereview Produk?

Jawaban : Contohnya seperti menyapa penontohnya di awal Video kayak “Hay Gais Welcome Back to My Chanel”, mengucapkan penutup kayak “sampai jumpa lagi di video selanjutnya”, dan mengajak interaksi lewat kolom komentar yang disediakan.

3. Menurut kamu Apakah *Beauty Vlogger* menguasai Informasi tentang Produk yang sedang direview?

Jawaban : Menurut aku Beauty Vlogger menguasai Informasi tentang produk yang sedang direview karna selain menjelaskan Ingredients Produk tersebut, biasanya Beauty Vlogger juga memberitahu kalau dia sudah mencoba menggunakan produk tersebut dua minggu bahkan sampai sebulan sebelum produk itu direview, jadi Informasi yang disampaikan lebih Objektif karna selain menyampaikan Informasi yang dia dapatkan, dia juga menyampaikan Informasi sesuai dengan yang dia rasakan setelah menggunakan produk tersebut.

2. Variabel (Y) Keputusan Pembelian Kosmetik.

4. Mengapa kamu ingin membagikan Informasi mengenai Kosmetik tersebut kepada orang terdekat?

Jawaban : Karna menurut aku Informasi yang aku dapatkan dari *review Beauty Vlogger* di nilai layak untuk dibagikan kepada orang lain apa lagi dengan yang membutuhkan informasi tersebut.

5. Solusi apa yang kamu temukan dari *Review Product* tentang Kosmetik yang kamu inginkan?

Jawaban : Dikarenakan penilaian dari *Beauty Vlogger* tentang *Ingredients* dan fungsi Kosmetik yang aku inginkan itu cocok untuk aku, jadi aku mendapatkan solusi untuk memilih Produk mana yang akan aku beli.

6. Mengapa kamu Membandingkan hasil *review* Kosmetik dari beberapa *Beauty Vlogger* sebelum membelinya ?

Jawaban : Karna aku ingin memastikan apakah Produk yang aku ingin dibeli benar benar bagus dari penilaian beberapa *Beauty Vlogger*.

7. Keuntungan berbentuk Informasi apa yang kamu dapatkan dari *review Beauty Vlogger*?

Jawaban : aku jadi tau Informasi kayak *Ingredients*, fungsi dan cara penggunaan yang di sampaikan *Beauty Vlogger* dalam *review*nya itu memberikan keuntungan sendiri buat aku.

8. Apa yang membuat kamu puas dengan *Review Product* yang diberikan *Beauty Vlogger*?

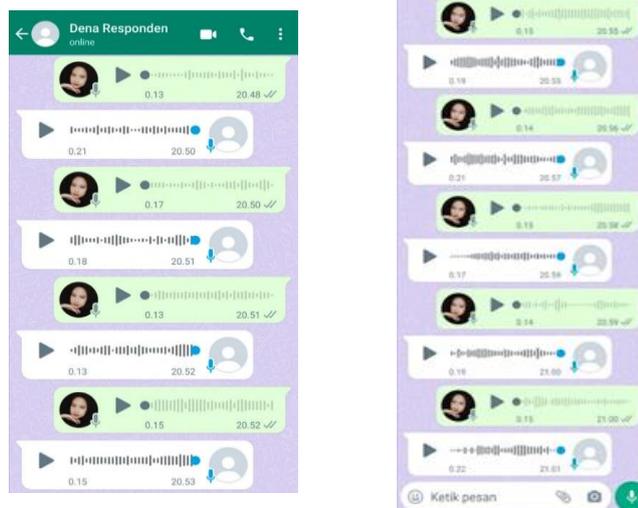
Jawaban : Aku merasa puas dengan *review* produk *Beauty Vlogger* dikarenakan *Beauty Vlogger* menginformasikan produk tersebut dengan Jujur sesuai dengan hasil yang dia rasakan.

9. Apa yang membuat kamu yakin dengan Informasi yang disampaikan *Beauty Vlogger* sehingga kamu Membeli Produk yang *review* olehnya ?

Jawaban : Karna informasi yang disampaikan *Beauty Vlogger* secara jujur dan sesuai dengan hasil pemakaian *Beauty Vlogger* membuat aku yakin untuk membeli produk tersebut.

Transkrip Wawancara 3

Nama : Dena
Tanggal : Kamis, 30 Juni 2022
Waktu : 22.00 WIB – 22.30 WIB
Tempat : Whatsapp Voice Note



1. Variabel (X) Konten Review Product Beauty Vlogger.

1. Bagaimana *Beauty Vlogger* memberikan *Review Product* sehingga membuat kamu mudah dalam memilih Produk?

Jawaban : Karna *Beauty Vlogger* suka menyampaikan Klaim Produk tersebut jadi aku tau apakah Produk itu cocok atau tidak sama aku.

2. Bagaimana Gaya Bicara yang meyakinkan *Beauty Vlogger* saat mereview Produk?

Jawaban : Contohnya seperti nada bicara yang tegas ngasi tau kalau Produk yang direview sangat bagus buat beli dan digunakan.

3. Seperti apa ciri khas *Beauty Vlogger* dalam berpenampilan saat mereview Produk ?

Jawaban : Beberapa *Beauty Vlogger* yang aku tahu memiliki ciri khas dalam berpenampilan contohnya Suhay Salim yang selalu berpenampilan santai, dan Tasya Farasya yang selalu berpenampilan glamor.

4. Menurut kamu apakah *Beauty Vlogger* Kreatif dalam menyajikan Konten *Review Product*?

Jawaban : Menurut aku *Beauty Vlogger* itu kreatif karna untuk membuat video itu sendiri membutuhkan kualitas pengambilan video dan editing yang baik,

dan ada beberapa *Beauty Vlogger* juga menggunakan background saat sedang membuat video tersebut yang terlihat bagus dan menarik untuk di lihat.

2. Variabel (Y) Keputusan Pembelian Kosmetik.

5. Apa yang membuat kamu sadar kalau Kosmetik yang kamu inginkan dinilai baik dari *Review Beauty Vlogger*?

Jawaban : Aku sadar kalau produk yang aku inginkan dinilai baik oleh *Beauty Vlogger* Ketika *Beauty Vlogger* menginformasikan produk yang aku mau segi kandungan dan kegunaannya cocok untuk aku.

6. Mengapa kamu yakin produk yang direview *Beauty Vlogger* dapat menjadi perhatian banyak orang?

Jawaban : Karna *Beauty Vlogger* selalu mereview produk yang banyak menjadi perbincangan orang atau produk yang baru launching sehingga hal tersebut akan mendapatkan banyak perhatian orang.

7. Mengapa kamu menyarankan produk yang direview oleh *Beauty Vlogger* kepada orang terdekat ?

Jawaban : Karna Produk tersebut bagus dari penilaian *Beauty Vlogger* sehingga aku menyarankan produk tersebut kepada orang terdekat.

8. Mengapa kamu menjadikan *Review Product Beauty Vlogger* sebagai acuan dalam membeli Kosmetik?

Jawaban : Karna *Beauty Vlogger* tersebut menginformasikan dan mempraktekkan cara penggunaan kosmetik tersebut sehingga layak untuk menjadi acuan dalam membeli Kosmetik.

9. Apa yang membuat kamu yakin dengan *Beauty Vlogger* sehingga kamu Membeli Produk yang direview olehnya ?

Jawaban : Referensi Pemakaian Kosmetik pada *Beauty Vlogger* yang membuat aku yakin buat beli dan coba pakai produk itu.

6. Hasil Uji Validitas.

Variabel X (Konten *Review Product Beauty Vlogger*).

Variabel	Indikator	Corelation (r Hitung)	Ketetapan (r Tabel)	Keterangan
Konten <i>Review Product Beauty Vlogger</i> (X)	X1.1.1	0.547	0.254	Valid
	X1.1.1	0.622	0.254	Valid
	X1.1.2	0.517	0.254	Valid
	X1.1.2	0.566	0.254	Valid
	X1.2.1	0.335	0.254	Valid
	X1.2.1	0.534	0.254	Valid
	X1.2.2	0.387	0.254	Valid
	X1.2.2	0.577	0.254	Valid
	X1.3.1	0.598	0.254	Valid
	X1.3.1	0.647	0.254	Valid
	X1.3.2	0.646	0.254	Valid
	X1.3.2	0.710	0.254	Valid

Variabel Y (Keputusan Pembelian Kosmetik).

Variabel	Indikator	Corelation (r Hitung)	Ketetapan (r Tabel)	Keterangan
	Y1.1.1	0.632	0.254	Valid
	Y1.1.1	0.542	0.254	Valid
	Y1.1.2	0.678	0.254	Valid
	Y1.2.1	0.467	0.254	Valid
	Y1.2.1	0.464	0.254	Valid

Keputusan Pembelian Kosmetik (Y)	Y1.2.2	0.652	0.254	Valid
	Y1.3.1	0.661	0.254	Valid
	Y1.3.1	0.659	0.254	Valid
	Y1.3.2	0.704	0.254	Valid
	Y1.3.2	0.664	0.254	Valid
	Y1.4.1	0.641	0.254	Valid
	Y1.4.1	0.697	0.254	Valid
	Y1.4.2	0.539	0.254	Valid
	Y1.4.2	0.737	0.254	Valid
	Y1.5.1	0.620	0.254	Valid
	Y1.5.1	0.717	0.254	Valid
	Y1.5.2	0.716	0.254	Valid
	Y1.5.2	0.705	0.254	Valid
	Y1.5.2	0.461	0.254	Valid

7. Hasil Uji Reliabilitas.

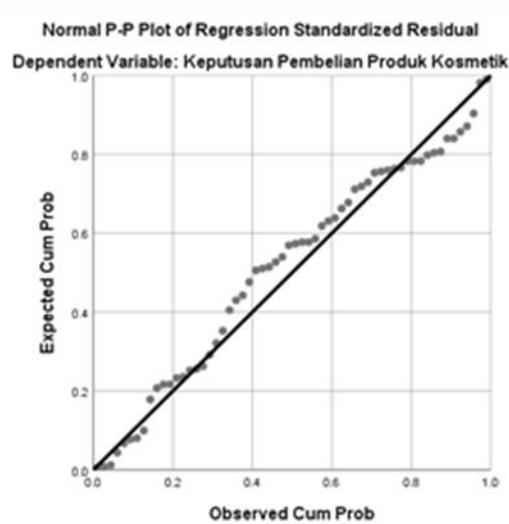
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.941	31

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ketetapan	Keterangan
Konten <i>Review Product Beauty Vlogger</i> (X)	0,941	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian Kosmetik (Y)	0,941	0,6	Reliabel

8. Hasil Uji Asumsi Klasik.

1. Uji Normalitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.16781755
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.077
	Negative	-.106
Test Statistic		.106
Asymp. Sig. (2-tailed)		.092 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

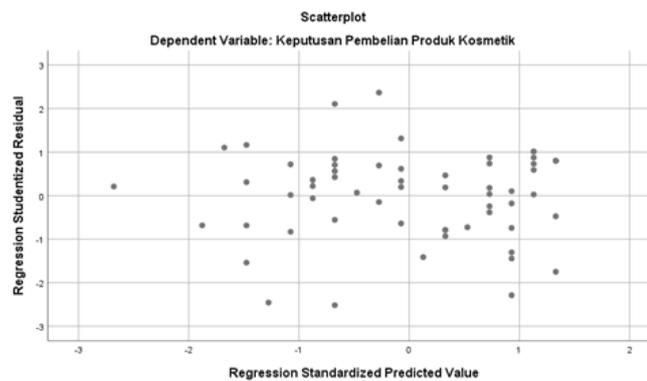


2. Uji Multikolinearitas.

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.929	10.113		-.290	.773		
	Konten Review Product Beauty Vlogger	1.538	.189	.731	8.151	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Kosmetik

3. Uji Heteroskedastisitas.



Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.632	6.255		1.060	.293
	Konten Review Product Beauty Vlogger	-.020	.117	-.022	-.168	.867

a. Dependent Variable: Abs_RES

Variabel	Sig.	Kesimpulan
Konten Review Product Beauty Vlogger (X)	0,867	Nilai signifikansi > (lebih dari) 0,05, maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas

9. Hasil Analisis Data.

1. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.769	3.112		6.994	.000
	Konten Review Product Beauty Vlogger	1.116	.059	.692	18.870	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Kosmetik

2. Hasil Analisis Koefisien Determinasi.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.692 ^a	.479	.478	7.364

a. Predictors: (Constant), Konten Review Product Beauty Vlogger

3. Hasil Pengujian Hipotesis (Uji T).

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.769	3.112		6.994	.000
	Konten Review Product Beauty Vlogger	1.116	.059	.692	18.870	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Kosmetik

10. Kartu Bimbingan.

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nabilah Salsabila
 NIM : G. 1810294
 Judul Skripsi : KONTEN *REVIEW PRODUCT BEAUTY VLOGGER* SEBAGAI PENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK PADA MAHASISWI (Studi Pada Mahasiswi Perguruan Tinggi Di Kota Bogor).
 Nomor SK : 1565/01/FISIP/B-SKEP.KMK/XII/2021. Tanggal, 14 Desember 2021
 Pembimbing I : Maria Fitriah, S.Sos., M.Si.
 Pembimbing II : Desi Hasbiah, S.Si., M.I.Kom.

LEMBAR KOREKSI PEMBIMBING

No.	Tanggal	Koreksi Pembimbing I	Paraf	No.	Tanggal	Koreksi Pembimbing II	Paraf
1.	Kamis, 30 Desember 2021	1. Judul 2. Latar Belakang. 3. Rumusan Masalah		1.	Rabu, 5 Januari 2022	1. Latar Belakang 2. Rumusan Masalah 3. Teori yang relevan 4. Kerangka Pemikiran 5. Populasi 6. Sampel	
2.	Kamis, 20 Januari 2022	1. Latar Belakang 2. Teori yang Relevan 3. Kerangka Pemikiran 4. Populasi 5. Sampel		2.	Sabtu, 15 Januari 2022	1. Latar Belakang 2. Rumusan Masalah 3. Indikator Konten Review	
3.	Sabtu, 19 Februari 2022	1. Latar Belakang 2. Rumusan Masalah		3.	Sabtu, 5 Februari 2022	1. Rumusan Masalah 2. Teori Yang Relevan	
4.	Jumat, 4 Maret 2022	1. Bab 1 2. Bab 2 - Penelitian Terdahulu - Penambahan Teori - Kerangka		4.	Sabtu, 19 Februari 2022	1. Rumusan Masalah 2. Teknik Pengumpulan Data	

		Pemikiran					
5.	Rabu, 23 Maret 2022	1. Rumusan Masalah 2. Kerangka Pemikiran 3. Operasional Variable		5.	Sabtu, 5 Maret 2022	1. Penambahana Latar Belakang	
6.	Rabu, 6 April 2022	1. Kerangka Pemikiran 2. Operasional Variable 3. Populasi & Sempel 4. Teknik Pengumpulan Data		6.	Sabtu, 16 April 2022	1. Membuat Kusioner	
7.	Rabu, 13 April 2022	1. Operasional Variable 2. Sempel 3. Teknik Pengambilan Sempel 4. Teknik Pengumpulan Data			Senin, 25 April 2022	Acc. Kolokium	
8.	Selasa, 19 April 2022	1. Kerangka Pemikiran 2. Operasional Variable 3. Teknik Pengambilan Sempel		7.	Sabtu, 14 Mei 2022	Revisi Penguji Kolokium : 1. Sub Judul. 2. Latar Belakang 3. Teknik Sempling	
	Senin, 25 April 2022	Acc. Kolokium			Senin, 11 Juli 2022	Acc Seminar Hasil	
9.	Jumat, 13 Mei 2022	Revisi Penguji Kolokium : 1. Sub Judul. 2. Latar Belakang 3. Teknik Sempling			Selasa, 19 Juli 2022	Acc Sidang Skripsi	

10.	Sabtu, 21 Mei 2022	Revisi Kuesioner		8.	Minggu, 14 Agustus 2022	Revisi Sidang Skripsi : 1. Pembahasan.	
11.	Jumat, 3 Juni 2022	Revisi Kuesioner			Selasa, 23 Agustus 2022	Acc. Penjilidan.	
12.	Selasa, 7 Juni 2022	Revisi Kuesioner					
13.	Selasa, 14 Juni 2022	Acc Kuesioner					
14.	Senin, 27 Juni 2022	Revisi Bab 4. 1. Mengurangi Responden sesuai Sampel. 2. Menambahkan data berupa wawancara dengan Responden. 3. Membuat Rekapitulasi Tanggapan Responden.					
15.	Rabu, 6 Juli 2022	1. Tabel Validasi. 2. Penulisan Sumber. 3. Kutipan Wawancara. 4. Tabel Tanggapan Responden perVariabel. 5. Kesimpulan. 6. Saran.					
16.	Senin, 11 Juli 2022	1. Kutipan Wawancara. 2. Tabel Data Sekunder.					

	Senin, 11 Juli 2022	Acc Seminar Hasil					
17.	Jumat, 15 Juli 2022	Revisi Penguji Seminar Hasil : 1. Judul 2. Tujuan Penelitian 3. Kerangka Pemikiran 4. Kesimpulan					
18.	Selasa, 19 Juli 2022	Revisi Jurnal.					
	Selasa, 19 Juli 2022	Acc Sidang Skripsi					
19.	Selasa, 9 Agustus 2022	Revisi Sidang Skripsi : 1. Abstrak. 2. Penulisan Sumber. 3. Pembahasan. 4. Kesimpulan.					
	Selasa, 23 Agustus 2022	Acc. Penjilidan.					

11. Surat Izin Publikasi.

SURAT PERNYATAAN

Perihal: Izin Publikasi

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabilah Salsabila
NIM : G.1810294
Fakultas/ Universitas : Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Ilmu Komputer/
Universitas Djuanda Bogor
Program Studi : Sains Komunikasi
Judul Penelitian : **KONTEN REVIEW PRODUCT BEAUTY VLOGGER SEBAGAI
PENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK
PADA MAHASISWI**
(Studi pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Kota Bogor)

Pembimbing I : Maria Fitriah, S.Sos., M.Si.
Pembimbing II : Desi Hasbiyah, S.Si., M.I.Kom.

Dengan ini menyatakan bahwa artikel dan data hasil skripsi saya copyright-nya diserahkan kepada Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Ilmu Komputer untuk kepentingan publikasi. Saya memberikan izin kepada Fakultas untuk memodifikasi judul dan isi artikel serta susunan penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dalam keadaan sehat dan tidak ada tekanan dari pihak manapun.

Menyetujui,
Plt. Dekan,



Dr. Hj. Rita Rahmawati, Dja., M.Si.
NIP. 196904121993032002

Bogor, 25 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Nabilah Salsabila
NIM. G.1810294

12. Artikel Skripsi.

Jurnal Komunikatio ISSN 2442-3882 Volume 2 Nomor 1, Juli 2022 | 1

FORM JK-4

Makna Daya Tarik (*Attractiveness*) dalam Konten *Review Produk Beauty Vlogger* bagi Mahasiswi

The Meaning of Attractiveness Content Beauty Vlogger Product Review for College Students

Nabilah Salsabila^{1*}, Maria Fitriah², Desi Hasbiyah³.

Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik, dan Ilmu Komputer, Universitas Djuanda Bogor. Jl. Tol Ciawi No. 1 Kotak Pos 35 Bogor 16720.

*Korespondensi : Nabilah Salsabila, Email : Nabilahsalsabila07@gmail.com

(Diterima oleh Dewan Redaksi: xx-xx-xxxx)
(Dipublikasikan oleh Dewan Redaksi: xx-xx-xxxx)

ABSTRACT

The development of online media gave rise to a phenomenon that is now in the spotlight, this phenomenon is the emergence of Vloggers or Youtubers in Indonesia. In this Vlogging, many Vloggers use YouTube to recommend the beauty products they use. A group of people uploading their videos to provide information regarding beauty products and how to use them is known as Beauty Vlogger. This research was conducted, aiming to explain the Meaning of Attractiveness Content Beauty Vlogger Product Review for College Students. The method used in this study is a quantitative research method. The results of this study, namely Attractiveness, get a mean 4.39 with the scale used is the Likert scale, the Likert scale shows a value of 4.39 which is included in the Very Good. Content the Beauty Vlogger Product Review has Attractiveness That arouses interest, desire and interest, and is considered very good in the eyes of students.

Keywords: Attractiveness; Beauty Vlogger; Beauty Vlogger Product Review.

ABSTRAK

Perkembangan media online memunculkan sebuah fenomena yang kini menjadi sorotan, fenomena tersebut adalah munculnya *Vlogger* atau *Youtuber* di Indonesia. Dalam fenomena *Vlogging* ini, banyak *Vlogger* menggunakan media YouTube untuk merekomendasikan produk kecantikan yang digunakan. Sekelompok orang mengunggah video mereka untuk memberikan informasi terkait produk kecantikan dan cara penggunaan produk tersebut dikenal sebagai *Beauty Vlogger*. Penelitian ini dilakukan, bertujuan untuk menjelaskan Makna Daya Tarik (*Attractiveness*) dalam Konten *Review Produk Beauty Vlogger* bagi Mahasiswi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini yaitu Daya Tarik (*Attractiveness*), mendapatkan nilai *mean* 4,39 dengan skala yang digunakan adalah skala likert, skala likert menunjukkan nilai 4,39 termasuk dalam Kategori **Sangat Baik**. Dapat disimpulkan bahwa Konten *Review Product Beauty Vlogger* memiliki Daya Tarik (*Attractiveness*) yang membangkitkan minat, keinginan dan ketertarikan, serta dinilai Sangat Baik dimata Mahasiswi.

Keywords: Daya Tarik (*Attractiveness*); *Beauty Vlogger*; Konten *Review Produk Beauty Vlogger*.

Nabilah Salsabila, 2022. Makna Daya Tarik (*Attractiveness*) dalam Konten *Review Produk Beauty Vlogger* bagi Mahasiswi.

PENDAHULUAN

Beauty Vlogger adalah orang yang membuat dan mengunggah video mengenai kecantikan. di sini Kecantikan didefinisikan seperti apa yang digunakan oleh *vlogger* sehubungan dengan perawatan kulit, tata rias, dan kosmetik lainnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *Beauty Vlogger* adalah individu atau kelompok yang membuat vlog dengan tujuan untuk merekomendasikan dan mengomentari tata rias atau produk yang digunakan (Sinaga & Kusumawati, 2018).

Menurut Riset yang dilakukan oleh ZAP, Dalam rangka mencari informasi dan memperbanyak referensi, perempuan Indonesia memilih Youtube (55,9%) dan *Beauty Vlogger* atau *Beauty Blogger* (42,3%) sebagai sumber referensi utama (ZAP Clinic, 2020).

Perkembangan media online memunculkan sebuah fenomena yang kini menjadi sorotan, fenomena tersebut adalah munculnya *Vlogger* atau *Youtuber* di Indonesia. Dalam fenomena *Vlogging* ini, banyak *Vlogger* menggunakan media YouTube untuk merekomendasikan produk kecantikan yang digunakan. Sekelompok orang mengunggah video mereka untuk memberikan informasi terkait produk kecantikan dan cara penggunaan produk tersebut dikenal sebagai *Beauty Vlogger* (Sari & Dwi Yuliana, 2017).

YouTube merupakan media untuk berbagi informasi secara online dalam bentuk video. YouTube diminati karena informasinya berupa video yang dianggap mudah untuk didapatkan. Saat ini, banyak orang berbagi pengalaman melalui video yang diunggah ke YouTube contoh dalam bidang kecantikan (Silvia & Atnan, 2019).

Penonton YouTube mencapai 63 juta penonton per bulan pada tahun 2019. Jumlah penonton tumbuh menjadi 93 juta penonton per bulan pada tahun 2020.

Pertumbuhan ini berkat kreativitas dari para pembuat konten yang akan meningkatkan jumlah *subscriber*. Ada 600 saluran YouTube di Indonesia dengan 1 juta *subscriber* dalam berbagai kategori (Septiani, 2021).

Saat ini Internet menjadi salah satu kebutuhan penting masyarakat Indonesia. Kebutuhan mengenai informasi dan pengetahuan yang tersedia di internet merupakan salah satu kebutuhan sehari-hari. Internet bukan hanya sarana jejaring sosial, tetapi juga menjalankan fungsi penting untuk sekadar mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Beberapa situs internet dan jejaring sosial kini dapat digunakan untuk berbagai tujuan, mulai dari menyimpan data pribadi hingga sumber untuk menghasilkan uang. Hal tersebut dapat terwujud dengan beberapa konten akun di media sosial salah satunya akun YouTube (Yustiyawan & Ningsih, 2019).

Menurut Riset yang dilakukan oleh ZAP, terdapat 42,2% dari 6.460 responden menganggap bahwa *Beauty Vlogger* adalah panutan dalam bidang kecantikan. *Beauty Vlogger* atau *Beauty Influencer* ini merupakan idola di bidang kecantikan pada era modern ini dan memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan ibu dan selebriti di mata Gen Z dan Gen Y (ZAP Clinic, 2020).

Beauty Vlogger secara jujur mereview suatu produk dan mempresentasikannya dengan cara yang menarik, yang secara tidak langsung akan memberikan persepsi tersendiri tentang tingkat ketertarikan audiens untuk membeli Produk yang di Review. Hal yang sama berlaku untuk merek yang digunakan oleh *Beauty Vlogger* yang akan melihat keuntungan yang cepat. Inilah sebabnya mengapa Perusahaan di bidang fashion dan kecantikan berbondong-bondong mengirimkan produknya ke *Beauty Vlogger* untuk ditampilkan di konten Youtube

mereka. Karena perusahaan produk kecantikan sangat memanfaatkan momen ini dengan segmen pasar yang sangat spesifik dan konsumen yang tepat seperti Mahasiswa, mengingat bahwa Mahasiswa selalu update dan keingintahuannya yang besar (Silitonga, 2018).

Berdasarkan Uraian diatas Peneliti memutuskan untuk mengusung penelitian mengenai "Makna Daya Tarik (*Attractiveness*) dalam Konten *Review Produk Beauty Vlogger* bagi Mahasiswi".

MATERI DAN METODE

Beauty Vlogger.

Vlogger didefinisikan sebagai orang yang membuat blog atau blog video (disingkat vlog) yang menggunakan video sebagai konten utamanya. Video blog, juga dikenal sebagai Vlog, adalah blog yang berisi materi yang diposting dalam bentuk video. Video berisi konten yang menyajikan rekaman profil seseorang, aktivitas sehari-hari yang dilakukan orang tersebut, dan pengalaman yang mereka rasakan (Sinaga & Kusumawati, 2018).

Beauty Vlogger adalah *influencer* kecantikan yang membagikan pendapat mereka dalam video daripada posting blog. Pada umumnya dalam sebuah video tutorial kecantikan, para *Beauty Vlogger* akan sering memberikan video tutorial makeup yang menunjukkan kepiawaiannya dalam menggunakan kosmetik atau alat kecantikan dengan baik. *Beauty Vlogger* adalah orang yang membuat tutorial kecantikan dan mengemasnya menjadi video untuk berbagi informasi dan pengalaman. Vlog dapat berfungsi sebagai cara bagi *Beauty Vlogger* untuk merasa dekat dengan pemirsa atau orang yang menonton videonya (Susanti et al., 2020).

Beauty Vlogger disebut *Beauty YouTuber* atau *Beauty Influencer*. Berbekal keterampilan makeup atau tata rambut, *Beauty vlogger* akan berbagi kepada publik tentang rahasia make-up dan kecantikan terbaru. Pada dasarnya ada *Beauty vlogger*

ada yang sudah aktif menulis blog di masa lalu atau biasa disebut *Beauty Blogger*. Dengan kata lain, mereka menjadi *beauty vlogger* dan *Beauty Blogger*. Namun, banyak juga *Beauty vlogger* di luar sana yang hanya fokus pada YouTube dan memulai karir mereka dari nol di dunia online. *Beauty Blogger / vlogger* memiliki peran penting dalam pertumbuhan industri kecantikan. Hal ini dinilai semakin mendapat perhatian dari industri kecantikan, *Beauty Blogger / vlogger* menjamur dan bisa dijadikan sebagai ujung tombak dalam pemasaran suatu produk (Putri et al., 2020).

Dilihat dari jenis konten video kreatif YouTube yang dibuat oleh *Beauty Vloggers*, dapat dikelompokkan menjadi enam kategori, yaitu: *how to* (tutorial), *review*, *out fit-of-the-day*, *get-ready-with-me*, *shopping hauls*, dan *favorite video* (Sinaga & Kusumawati, 2018).

Konten YouTube.

Konten adalah informasi yang tersedia dalam produk elektronik. Penyampaian konten dapat dilihat dari berbagai media seperti internet, CD, audio, bahkan langsung seperti konferensi, pertunjukan panggung, dll. Istilah konten digunakan untuk mengidentifikasi dan mengukur berbagai format dan jenis informasi sebagai komponen nilai tambah. Konten umumnya terdiri dari teks, gambar (visual), infografis, meme, dan video (Aini et al., 2021).

Youtube tidak hanya menyediakan satu jenis konten saja, tetapi mencakup banyak jenis konten berupa informasi event, edukasi, hal - hal teknis dan lainnya. Hal ini membuat jangkauan YouTube dianggap lengkap dan konten yang disajikan lebih detail karena berbentuk audiovisual (Arham, 2020).

Berbagai macam konten yang bisa diakses dalam Youtube, yaitu Musik, Film, Berita dan Informasi, Olahraga, Gaya hidup, Gaming, dan Vlog (David et al., 2017).

Konten Review Beauty Vlogger.

Konten Review merupakan video Vlogging atau Vlog dari seorang YouTuber khususnya Beauty Vlogger. Merupakan cara yang efektif untuk menginformasikan kepada audiens tentang Review produk tertentu. Vlog adalah video berisi Pendapat, Cerita atau Aktivitas Harian yang sering ditulis di Blog (Reviona, 2021).

Review Beauty Vlogger ini digunakan untuk pengenalan produk yang bertujuan untuk mendorong dan menguatkan (*recommendation*), memberikan bukti (*review*), *company representative* (*representative*), dan *advertising actor* (*aktor*) (Angella & Rahmadi, 2020).

Daya Tarik (*Attractiveness*).

Daya Tarik (*Attractiveness*) adalah kualitas yang membangkitkan minat, keinginan atau ketertarikan terhadap seseorang atau sesuatu. Daya tarik bukan hanya dilihat dari fisik, tetapi juga sejumlah karakteristik yang dapat diamati dari dalam diri seorang Beauty Vlogger yaitu pengetahuan, kepribadian, gaya hidup, Penampilan dan karakteristik lainnya (Angella & Rahmadi, 2020).

Metode.

Dalam Penelitian ini digunakan Pendekatan Kuantitatif, Metode penelitian kuantitatif dapat dipahami sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data digunakan Sebagai alat penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif biasanya dilakukan terhadap sampel yang diambil secara acak, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan ke populasi tempat sampel itu diambil (Sugiyono, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN**Hasil Analisis data.****Identitas Responden.**

Untuk mengetahui Makna Daya Tarik (*Attractiveness*) dalam Konten Review Produk Beauty Vlogger bagi Mahasiswi. Dilakukan dengan pengumpulan data melalui penyebaran angket. Penyebaran angket dilakukan pada 389 Responden dengan angket terdiri dari 31 pertanyaan. Adapun cara penyebaran Kuesioner melalui Fasilitas Google Forms di link <https://forms.gle/mvey2TxzjDcgTCuN7>. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yaitu Mahasiswi yang menonton Konten Review Product Beauty Vlogger di YouTube.

1. Karakteristik Responden.**1. Usia.**

Adapun Karakteristik Mahasiswi berdasarkan Usia adalah sebagai berikut :

Table 1 Karakteristik Mahasiswi Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	17 – 25 Tahun.	386	99,2
2.	26 – 35 Tahun.	3	0,8
3.	36 – 45 Tahun.	0	0
4.	46 – 55 Tahun.	0	0
5.	> 55 Tahun.	0	0
Total		389	100

Berdasarkan karakteristik usia responden pada tabel diatas, menunjukkan bahwa sebanyak 99,2% Responden berusia antara 17 – 25 Tahun sebanyak 386 orang.

2. Pendidikan yang ditempuh.

Adapun Karakteristik Mahasiswi berdasarkan Pendidikan yang ditempuh adalah sebagai berikut :

Table 2 Karakteristik Mahasiswi Berdasarkan Pendidikan yang ditempuh

No.	Pendidikan yang ditempuh	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	Diploma.	29	7,5
2.	Sarjana (S1).	357	91,8
3.	Magister (S2).	3	0,8
4.	Doktor (S3).	0	0
Total		389	100

Yang dimaksud dengan Karakteristik Pendidikan yang di tempuh pada penelitian ini adalah, Pendidikan yang sedang dijalani atau ditempuh dalam Perguruan Tinggi yang bersangkutan. Berdasarkan karakteristik Pendidikan yang ditempuh Responden pada tabel diatas, menunjukkan bahwa sebanyak 91,8% Responden sedang menjalani atau menempun pendidikan Sarjana (S1) yaitu sebanyak 357 orang.

3. Uang Saku / Pendapatan.

Adapun Karakteristik Mahasiswi berdasarkan Uang Saku / Pendapatan adalah sebagai berikut :

Table 3 Karakteristik Mahasiswi Berdasarkan Uang Saku / Pendapatan

No.	Uang Saku / Pendapatan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	< Rp. 500.000 Per Bulan.	145	37,3
2.	Rp. 500.000 – 1.000.000 Per Bulan.	126	32,4
3.	Rp. 1.000.000 – 2.000.000 Per Bulan.	46	11,8
4.	> Rp. 2.000.000 Per Bulan.	72	18,5
Total		389	100

Uang Saku / Pendapatan adalah uang yang dimiliki Responden setiap bulannya, dapat berasal dari Keluarga atau Upah Pekerjaan. Berdasarkan karakteristik Uang Saku / Pendapatan Responden pada tabel diatas, menunjukkan bahwa sebanyak 37,3% Responden memiliki Uang Saku /

Pendapatan Kurang dari Rp. 500.000 Per Bulan yaitu sebanyak 145 orang.

2. Tanggapan Responden.

Table 4 Tanggapan Responden mengenai Daya Tari (Attractiveness) dalam Konten Review Product Beauty Vlogger.

No.	Pertanyaan	FX	Skor
1.	Beauty Vlogger menggunakan gaya bicara yang meyakinkan saat mereview Product.	1.720	4,42
2.	Beauty Vlogger bersikap Ramah saat mereview Product.	1.713	4,40
3.	Beauty Vlogger memiliki ciri khas dalam berpenampilan saat mereview Product.	1.711	4,40
4.	Saya menyukai tata rias wajah Beauty Vlogger saat mereview Kosmetik.	1.683	4,33
Rata - rata nilai Daya Tarik (Attractiveness)			4,39

Berdasarkan tabel menyatakan rata-rata penilaian Mahasiswi mengenai Daya Tari (Attractiveness) dalam Konten Review Product Beauty Vlogger. 4,39 termasuk kategori Sangat Baik Hal ini dapat disimpulkan bahwa Konten Review Product Beauty Vlogger memiliki Daya Tarik (Attractiveness) yang membangkitkan minat, keinginan dan ketertarikan, serta dinilai Sangat Baik dimata.

Pembahasan.

Konten Review merupakan video Vlogging atau Vlog dari seorang YouTuber khususnya Beauty Vlogger. Merupakan cara yang efektif untuk menginformasikan kepada audiens tentang Review produk tertentu. Vlog adalah video berisi Pendapat, Cerita atau Aktivitas Harian yang sering ditulis di Blog (Reviona, 2021).

Review Beauty Vlogger ini digunakan untuk pengenalan produk yang

bertujuan untuk mendorong dan menguatkan (recommendation), memberikan bukti (review), company representative (representative), dan advertising actor (aktor) (Angella & Rahmadi, 2020).

Daya Tarik (Attractiveness), adalah kualitas yang membangkitkan minat, keinginan atau ketertarikan terhadap seseorang atau sesuatu. memiliki dua item untuk mengukur Indikator Daya Tarik (Attractiveness) yaitu Kepribadian dan Penampilan. mendapatkan nilai mean 4,39 dengan skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert menunjukkan nilai 4,39 termasuk dalam Kategori Sangat Baik. Dapat disimpulkan bahwa Konten Review Product Beauty Vlogger memiliki Daya Tarik yang membangkitkan minat, keinginan dan ketertarikan, serta dinilai Sangat Baik dimata Mahasiswi Perguruan Tinggi di Kota Bogor. Beauty Vlogger bersikap Ramah saat tampil dalam Konten Review Product seperti menyapa audiens di awal video, mengucapkan Penutup di akhir video, dan mengajak audiens berinteraksi. Beauty Vlogger juga memiliki ciri khas saat mereview Produk salah satunya ada yang selalu berpenampilan Santai hingga berpenampilan Glamor saat mereview Produk.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian dan uji statistik yang digunakan mengenai Makna Daya Tarik (Attractiveness) dalam Konten Review Produk Beauty Vlogger bagi Mahasiswi, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Daya Tarik (Attractiveness), mendapatkan nilai mean 4,39 dengan skala yang digunakan adalah skala likert, skala likert menunjukkan nilai 4,39 termasuk dalam Kategori **Sangat Baik**. Dapat disimpulkan bahwa Konten Review Product Beauty Vlogger memiliki Daya Tarik (Attractiveness) yang membangkitkan minat, keinginan dan ketertarikan,

serta dinilai Sangat Baik dimata Mahasiswi.

YouTube adalah salah satu media sosial yang paling populer saat ini. YouTube disajikan dalam bentuk audio visual, sehingga informasi yang diperoleh lebih jelas dan nyata. Berbagai konten video dapat diakses di YouTube mulai dari musik, film, pendidikan atau informasi, tutorial, olahraga, gaya hidup, game, dan vlog (Susanti et al., 2020).

Banyaknya jenis konten yang dapat diunggah ke media YouTube juga telah berkembang, terutama dengan munculnya profesi yang memfokuskan pekerjaannya pada pengunggahan konten ke YouTube salah satunya adalah *Beauty Vlogger* (Reviona, 2021).

Beauty Vlogger adalah orang yang membagikan video dalam bidang kecantikan dan bisa dikatakan sebagai pihak yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan adanya *Beauty Vlogger*, persepsi produk kecantikan yang di *Review* dapat menjadi pilihan konsumen untuk menentukan keputusan pembelian. Setelah melihat *Review* yang di berikan *Beauty Vlogger* Kosumen akan mendapat pengetahuan yang luas karena adanya informasi yang diberikan oleh para *Beauty Vlogger* Sebelum menentukan keputusan pembelian. Jika *Beauty Vlogger* mengatakan sesuatu produk itu bagus maka, kepercayaan dan keputusan pun akan terbentuk konsumen akan terpacu untuk membeli produk karena mempercayai informasi yang diberikan oleh *Beauty Vlogger* dan memutuskan untuk membeli produk tersebut (Silvia & Atnan, 2019).

Berdasarkan informasi tersebut dapat dipahami bahwa, media dan *Beauty Vlogger* berperan sangat penting dalam hal membagikan informasi seputar

kecantikan hingga mengulas mengenai produk - produk kecantikan.

Word of Mouth Melalui Youtube: Studi Terhadap Beauty Vlogger Kosmetik Wardah. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(1), 59-69. www.labana.id,

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S. N., A'yun, B. A. Q., Pradipta, E. D., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Retorika Visual Pada Konten Youtube Kanal Skinnyindonesian24 Dengan Judul "Youtube Lebih Dari Tv." *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 30-48. <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40433>
- Angella, T., & Rahmadi, M. (2020). *Analisis Review Beauty Vlogger , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Minat Beli Analysis Of Beauty Vlogger Reviews , Product Quality , And Price On Buying Interest*. 7(Juni), 18-32.
- Arham, M. (2020). Efektivitas Penggunaan Youtube Sebagai Media Pembelajaran Mutmainnah Arham. *Academia Education*, 1-13.
- David, E. R. (Eribka), Sondakh, M. (Mariam), & Harilama, S. (Stefi). (2017). Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*, 6(1), 93363. <https://www.neliti.com/publications/93363/pengaruh-konten-vlog-dalam-youtube-terhadap-pembentukan-sikap-mahasiswa-ilmu-kom>
- Putri, R. A., . R., & Ginting, R. (2020). Pengaruh Tayangan Beauty Vlogger dan Perubahan Gaya Hidup Mahasiswi Ilmu Komunikasi FISIP USU dan FIS UIN SU. *Persepsi: Communication Journal*, 3(2), 113-124. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v>
- Reviona Denifa Afassy, A. N. S. (2021). *PENGARUH KONTEN REVIEW BEAUTY VLOGGER TASYA FARASYA TERHADAP BRAND IMAGE KOSMETIK MADAME GIE*. 8(6), 8998-9011.
- Sari, S., & Dwi Yuliana, G. (2017). Electronic Word of Mouth Melalui Youtube: Studi Terhadap Beauty Vlogger Kosmetik Wardah. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(1), 59-69. www.labana.id,
- Septiani, L. A. (2021). Bagaimana Konsumen Kosmetik Memerhatikan Beauty Vlogger dan Pengaruhnya terhadap Niat Beli. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 634. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p634-650>
- Silitonga, D. O. (2018). *Komunikasi pemasaran beauty vlogger di youtube terhadap minat beli mahasiswa (studi deskriptif kualitatif mahasiswa universitas medan area)*.
- Silvia, C., & Atnan, N. (2019). *Pengaruh Testimonial Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Bandung*. 6(1), 1714-1721.
- Sinaga, R. E. M., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh YouTube Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Produk (Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 63(1), 187-196.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALFABETA, CV.
- Susanti, E. T., Rosalina, L., & Rias, T. (2020). *Pengaruh Tayangan Youtube Beauty Vlogger Terhadap Perilaku Kecantikan Universitas Negeri Padang*. 2(2), 30-40.
- Yustiyawan, R. H., & Ningsih, M. (2019). Analisa Pengaruh Promosi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Media Youtube Oleh Beauty Vlogger). *Jurnal Eksekutif*, 16(2), 473-484.

13. Daftar Riwayat Hidup.

A. IDENTITAS DIRI.

Nama : Nabilah Salsabila
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 04 Juli 2000
Status : Mahasiswa
Email : nabilahsalsabila07@gmail.com
Alamat : Perumahan Griya Alam Sentosa, Blok I 2 No 17.
Kecamatan Cileungsi, Kabupaten Bogor.



B. PENDIDIKAN.

1. SDN Sumur Batu 14 Pagi 2006 – 2011.
2. SMP Negeri 10 Jakarta Pusat 2012 – 2015.
3. SMA Muhammadiyah 1 Cileungsi 2016 – 2018.

C. PENGALAMAN ORGANISASI.

1. Pers Kampus (Lingkar Studi Pers). Bendahara 2019 – 2020.
2. Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi. Staff Kajian 2019 – 2020.
3. Pers Kampus (Lingkar Studi Pers). Sekretaris 2020 – 2021.