

***PENGARUH ONLINE REVIEW DALAM KANAL YOUTUBE FEMALE  
DAILY NETWORK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE OLEH  
REMAJA PEREMPUAN***

**SOFIA DIVA WIDIARTI**

**ABSTRAK**

Peningkatan peran teknologi informasi dan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari telah menciptakan budaya media baru (*new media*) atau biasa disebut dengan era revolusi industri 4.0. Media sosial yang digunakan dalam mencari informasi salah satunya adalah Youtube. Salah satu fenomena yang ramai diperbincangkan dalam media sosial adalah “*GlowUp Challenge*”. *Female Daily Network* merupakan *platform beauty review* yang memberikan rekomendasi mengenai berbagai produk perawatan kulit. Maka dari permasalahan tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa besarnya pengaruh *online review* dalam kanal Youtube *Female Daily Network* terhadap minat beli produk *skincare* oleh remaja perempuan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori respon kognitif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis eksplanatif dengan metode survei. Pengumpulan data penelitian didapat dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang sudah sesuai dengan kriteria penelitian, kemudian melalui uji validitas dan reliabilitas. Data penelitian dianalisis dengan melihat hasil olah data dari uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis melalui program SPSS 26. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi didapatkan bahwa nilai variabel X (*online review*) memiliki korelasi terhadap variabel Y (minat beli) sebesar 71,4% hal ini selaras dengan perolehan hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 15,662 > dari t tabel yaitu 1,660 yang berarti bahwa adanya pengaruh yang cukup besar dan signifikan antara *online review* dalam kanal Youtube *Female Daily Network* terhadap minat beli produk *skincare* oleh remaja perempuan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi yang dapat dikembangkan dengan lebih baik kedepannya.

**Kata kunci:** *Female Daily Network*, Minat Beli, *Online Review*, Youtube, Teori Respon Kognitif

***THE EFFECT OF ONLINE REVIEW IN FEMALE DAILY NETWORK  
YOUTUBE CHANNEL ON THE PURCHASE INTEREST OF  
SKINCARE PRODUCTS BY TEENAGE WOMENS***

**SOFIA DIVA WIDIARTI**

***ABSTRACT***

*The increasing role of information and communication technology in everyday life has created a new media culture or commonly referred to as the era of the industrial revolution 4.0. One of the social media used in finding information is Youtube. One of the phenomena that is widely discussed on social media is the "GlowUp Challenge". Female Daily Network is a beauty review platform that provides recommendations on various skincare products. So from these problems, the purpose of this study was to analyze the influence of online reviews on the Youtube Female Daily Network channel on the interest in buying skincare products by teenage girls. The theory used in this research is cognitive response theory. This study uses a quantitative approach, explanative type with survey methods. The collection of research data was obtained from the results of distributing questionnaires to 100 respondents who were in accordance with the research criteria, then through validity and reliability tests. The research data were analyzed by looking at the results of data processing from simple linear regression tests, coefficient of determination tests, and hypothesis testing through the SPSS 26 program. Based on the results of the coefficient of determination test it was found that the value of variable X (online review) has a correlation with variable Y (purchase intention) of 71.4%, this is in line with the results of the hypothesis test which shows that the t-value is 15.662 > t-table, which is 1.660, which means that there is a significant and significant influence between online reviews on the Youtube Female Daily Network channel on interest in buying skincare products by teenage girls. This research is expected to be a reference source that can be developed better in the future.*

***Keywords:*** *Cognitive Response Theory, Female Daily Network, Online Review, Purchase Intention, Youtube.*