

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh karakteristik psikografis konsumen (pengalaman pembelian, ke-inovatif-an konsumen, pemuja penampilan, dan pencari keberagaman) terhadap sikap video tutorial *makeup* di YouTube oleh *beauty vlogger*, pengaruh sikap terhadap video tutorial *makeup* di YouTube oleh *beauty vlogger* terhadap citra merek, dan pengaruh citra merek terhadap minat beli. Pengumpulan data dilakukan melalui survei terhadap 100 responden di Kota Bandung dengan usia 15-45 tahun. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik psikografis konsumen, sikap terhadap video YouTube *beauty vlogger*, dan Citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: karakteristik psikografis konsumen; sikap terhadap video tutorial YouTube oleh *beauty vlogger*; citra merek; minat beli