

**PENGARUH KONTEN *FOOD VLOG* DI *YOUTUBE*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF *SUBSCRIBER*
(STUDI SURVEI KEPADA *SUBSCRIBER* RIA SW)**

ABSTRAK

Abstract: *Youtube has become one of the most interested social media in Indonesia, including food vlog content owned by Ria SW. Food vlog content also has a correlation with consumer behaviour that related with online transactions. In this study, researcher will discuss how youtube content influences consumer behaviour of Ria SW subscriber. Paradigm used in this research is positivistic paradigm, with research approach used in this research is quantitative. The purpose of this research is to know whether or not there is an influence of Ria SW's food vlog content towards the consumptive behavior of her subscribers. Research method used in this research is survey method, with the type of explanatory research. Researches used the S – R theory as a theoretical refrence in this research. Through hypothesis testing using t test, the amount of t value 9.538 > t table 1,985 which means ho is declined and ha is accepted. Based on these data, the results “food vlog has a strong influence on consumer behavior”.*

Keywords: *content, consumptive, food vlog, ria sw, stimulus response, youtube.*

Abstrak: *Youtube menjadi salah satu media sosial yang paling diminati di Indonesia, salah satunya konten food vlog milik Ria SW. Konten food vlog juga memiliki pengaruh terhadap budaya konsumtif yang berkaitan langsung dengan transaksi online. Dalam penelitian ini, peneliti akan membahas bagaimana pengaruh konten youtube terhadap perilaku konsumtif subscriber. Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Serta memiliki tujuan, yaitu mengetahui adanya pengaruh dan mengetahui kekuatan pengaruh pada konten food vlog Ria SW terhadap perilaku konsumtif subscribersnya. Penelitian ini juga menggunakan metode survei dan menggunakan jenis penelitian eksplanatif. Landasan teori dalam penelitian ini adalah Teori Stimulus Respon. Melalui uji hipotesis menggunakan uji t, maka didapati hasil t hitung 9.538 > t table 1,985 yang berarti ho ditolak dan ha diterima. Berdasarkan data tersebut, maka diperoleh hasil bahwa konten food vlog memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku konsumtif.*

Kata Kunci: *food vlog, konten, konsumtif, ria sw, stimulus respons, youtube.*