

## ABSTRAK

Perkembangan yang terjadi pada teknologi komunikasi, dan informasi membuat gaya hidup di kalangan masyarakat menjadi berbeda. Salah satunya adalah penggunaan internet, sehingga masyarakat menjadi lebih mudah menggunakan social media. Brand Emina Cosmetics menggunakan media social untuk mempromosikan brandnya, Emina memanfaatkan media sosial YouTube untuk mempromosikan produknya melalui *Web Series*. Sampel pada penelitian ini adalah Subscribers dari akun YouTube Emina Cosmetics sebanyak 46.200 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adakah pengaruh dan seberapa besar pengaruh *Web Series* Emina Beauty Bestie terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Pada Subscribers YouTube Emina Cosmetics. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Web Series* Emina Beauty Bestie berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Pada Subscribers YouTube Emina Cosmetics. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $25,177 > 1,984$ . Berdasarkan koefisien determinasi, menunjukkan bahwa *Web Series* memiliki pengaruh sebesar 86,9% sedangkan sisanya 13,1 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Web series, Youtube, Keputusan Pembelian, Emina.**