

## SUMMARY

# PENGARUH KREDIBILITAS TOP 5 MEMBER KOMUNITAS YOU BEAUTY (#BEYOUTYGANG) TERHADAP BRAND TRUST PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM YOU BEAUTY

Created by Nova

**Subject** : Kredibilitas Brand, Komunitas You Beauty, Instagram

**Subject Alt** : Brand Credibility, You Beauty Community, Instagram

**Keyword** : Kredibilitas;Komunitas;Brand Trust

### Description :

Dalam membangun sebuah brand trust, biasanya sebuah brand akan melakukan banyak cara, dan salah satunya ialah dengan membentuk sebuah komunitas. Komunitas sendiri merupakan sebuah usaha, ataupun sebuah upaya yang dilakukan dalam sebuah brand untuk mencapai tujuannya salah satunya ialah brand trust. Brand trust merupakan salah satu faktor penting yang perlu dimiliki dari sebuah brand agar konsumen ataupun calon konsumen merasa nyaman dan percaya akan produk yang digunakannya. Dengan brand trust yang baik, tentu saja dapat memberikan dampak positif ke perusahaan atau brand tersebut. Namun, dalam mendapatkan atau membangun suatu brand trust pada brand perlu yang namanya proses yang cukup lama, dengan salah satunya ialah membuat sebuah komunitas yang tentu saja dianggap kredibel sehingga dapat memberikan pengaruh terhadap masyarakat atau terutama pada pengikut brand YOU Beauty. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh dari kredibilitas anggota komunitas YOU Beauty terhadap membangun brand trust pada pengikut akun Instagram YOU Beauty. Jenis penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian kali ini ialah dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif kausalitas. Dengan total sebanyak 100 responden, dengan menggunakan non probability sampling, dengan sampling purposive. Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan ini, hasil dari variabel X yang didapatkan yakni Aura dan Febri memiliki nilai di atas median yakni di atas 36 sehingga kedua anggota ini merupakan anggota komunitas yang kredibel, dan untuk variabel Y, hasil yang didapatkan bahwa dapat diketahui dengan hasil yang didapatkan di atas dari nilai median yaitu di 46,9. Sehingga hasil uji hipotesis tentang pengaruh kredibilitas komunitas terhadap brand trust YOU Beauty diperoleh koefisien determinasi ( $r^2 = 0,403$ ;  $p = 0,000$ ) menunjukkan pengaruh yang signifikan. Sehingga adanya pengaruh positif antara kredibilitas komunitas yang dibentuk oleh YOU Beauty ini terhadap brand trust dari brand YOU Beauty itu sendiri

**Contributor** : Dr., Drs. HALOMOAN HARAHAHAP, M.Si

**Date Create** : 16/05/2024

**Type** : Text

**Format** : PDF

**Language** : Indonesian

**Identifier** : UEU-Undergraduate-20190502044

**Collection** : 20190502044

**Source** : Undergraduate Theses of Public Health

**Relation Collection** Fakultas Ilmu Komunikasi

**COverage** : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul

**Right** : @2024 Perpustakaan Universitas Esa Unggul

**Full file - Member Only**

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

**Contact Person :**

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid ( astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id )

Supervisor