

ABSTRACT

Title : *The Connectivity between Beauty Influencer Suhay Salim's Attractiveness with the Trust Credibility Level of Hanasui's Product to Autobase @womanfeeds Users on Twitter*

Name : *Nurul Husnia*

Study Program : *Public Relations*

This study aims to find out the extent of the connectivity between beauty influencer Suhay Salim's attractiveness with the trust credibility level of Hanasui's product to autobase @womanfeeds users on Twitter. This research uses a quantitative technique with a survey method and correlational descriptive research objectives. In the x variable (attractiveness of beauty influencers) the result obtained 88,30% of 100 respondents are well categorized about the attractiveness of beauty influencer, Suhay Salim. While in the y variable (the trust credibility level) obtained 84,30% of 100 respondents categorized with a good presentation. The two variables have a significant connectivity of 0.662, which means the attractiveness of beauty influencer and the trust credibility level have a strong connectivity.

Keywords: *Twitter, Beauty Influencer, Trust Credibility Level, SOR*

ABSTRAK

Judul : Hubungan Daya Tarik *Beauty Influencer* Suhay Salim Dengan Tingkat Kepercayaan Produk Hanasui Oleh Pengguna *Autobase @womanfeeds* di *Twitter*

Nama : Nurul Husnia

Program Studi : Hubungan Masyarakat

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hubungan daya tarik *beauty influencer* Suhay Salim dengan tingkat kepercayaan produk Hanasui oleh pengguna *autobase @womanfeeds* di *Twitter*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan tujuan penelitian deskriptif korelasional. Pada variabel x (daya tarik *beauty influencer*) didapatkan hasil 88,30% dari 100 responden dikategorikan baik mengenai daya tarik yang dimiliki oleh *beauty influencer* Suhay Salim. Sedangkan pada variabel y (tingkat kepercayaan) didapatkan hasil 84,30% dari 100 responden dikategorikan dengan presentasi baik. Adapun kedua variabel ini memiliki hubungan dari hasil koefisien korelasi sebesar 0.622 yang berarti daya tarik *beauty influencer* suhay salim dengan tingkat kepercayaan memiliki hubungan yang kuat.

Kata Kunci : Twitter, Beauty Influencer, Tingkat Kepercayaan, SOR