



Nama : Tharisyia Emilia Andriani
NIM : 44220010200
Program Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Pengaruh Popularitas *Beauty Influencer* Lifni Sanders Terhadap *Brand Image* Somethinc
Dosen Pembimbing : Dr. Santa Lorita Simamora, M. Si

ABSTRAK

Popularitas *Beauty Influencer* memiliki kaitan yang erat dengan *Brand Image* suatu perusahaan. Popularitas *Beauty Influencer* mendorong banyak *brand* untuk menjalin kerjasama dengan mereka karena pengaruh mereka yang besar membentuk persepsi positif dan menambah nilai *brand* yang bersangkutan. Somethinc menjadi salah satu *beauty brand* lokal yang mengeluarkan produk *skincare* dan koleksi *make up* terbaiknya untuk kulit orang Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya Pengaruh Popularitas *Beauty Influencer* Lifni Sanders Terhadap *Brand Image* Somethinc. Penelitian ini menggunakan Teori Terpaan Media, Teori Efek Terbatas, dan Teori Citra. Metode penelitian kuantitatif melalui metode survei dan paradigma positivisme. Populasi dan sampel merupakan *followers* instagram @lifnisanders. Teknik pengambilan sampel *non-probability* sampling melalui metode *purposive* sampling dengan jumlah 399 responden. Teknik analisa data menggunakan software SPSS Versi 25. Hasil penelitian menunjukkan nilai *original sample* positif sebesar 0.729. atau 72,9%, nilai t-hitung > t-tabel menunjukkan nilai 23.304 > 1,96 dan hasil nilai p-value sebesar 0.000 < 0,05, serta nilai R-square sebesar 0,578 atau 57,8%. Hal ini membuktikan bahwa Popularitas Lifni Sanders sebagai *Beauty Influencer* memiliki pengaruh positif terhadap Brand Image produk Somethinc sebesar 57,8%, sedangkan 42,2% sisanya dijelaskan atau diterangkan oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Popularitas, *Beauty Influencer*, *Brand Image*, Instagram.



Name : Tharisya Emilia Andriani
NIM : 44220010200
Study Program : Public Relations
Thesis Title : The Effect of Beauty Influencer Lifni Sanders Popularity
on Somethinc Brand Image
Counsellor : Dr. Santa Lorita Simamora, M. Si

ABSTRAC

The popularity of Beauty Influencers is closely related to a company's Brand Image. The popularity of Beauty Influencers encourages many brands to collaborate with them because their influence shapes positive perceptions and adds value to the brand in question. Somethinc is one of the local beauty brands that releases the best skincare products and make-up collections for Indonesian skin. This study aims to determine The Effect of Beauty Influencer Lifni Sanders Popularity on Somethinc Brand Image. This study uses Media Exposure Theory, Limited Effect Theory, and Image Theory. Quantitative research method through survey method and positivism paradigm. The population and sample are followers of @lifnisanders Instagram. Non-probability sampling technique through purposive sampling method with a total of 399 respondents. The data analysis technique uses SPSS Version 25 software. The results showed a positive original sample value of 0.729. or 72.9%, the t-count > t-table value shows a value of 23.304 > 1.96 and a p-value result of 0.000 < 0.05, and an R-square value of 0.578 or 57.8%. This proves that the popularity of Lifni Sanders as a Beauty Influencer has a positive influence on the Brand Image of Somethinc products by 57.8%, while the remaining 42.2% is explained or explained by other factors outside this study.

Keywords: Popularity, Beauty Influencer, Brand Image, Instagram.