

ABSTRAK

Alif Nur Rachman. 10821073

Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Nadya Shavira dan Kualitas Konten Tiktok @Ndshvv Terhadap *Brand image Camille Beauty* Pada *Followers* di Kota Tangerang

Kata Kunci: Kredibilitas *Influencer*, Kualitas Konten, *Brand Image*, TikTok, Nadya Shavira

(xv + 117 + Lampiran)

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kredibilitas *influencer* Nadya Shavira dan kualitas konten TikTok @ndshvv terhadap *brand image Camille Beauty* pada *followers* di Kota Tangerang. Penelitian menggunakan metode kuantitatif korelasional dengan paradigma positivisme, serta mengacu pada Teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) dan *Source Credibility Theory*. Sampel terdiri dari 406 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* dengan rumus *Slovin*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas *influencer* Nadya Shavira (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image Camille Beauty* (Y). Kualitas konten TikTok @ndshvv (X2) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan, kedua variabel berperan signifikan dalam membentuk *brand image Camille Beauty*. Dalam kerangka teori S-O-R kedua variabel bertindak sebagai *stimulus* yang diproses secara kognitif, afektif, dan emosional oleh audiens, sehingga menghasilkan respons berupa terbentuknya citra merek yang kuat dan positif. Dalam teori Kredibilitas Sumber yang mencakup kepercayaan, keahlian, dan daya tarik Nadya Shavira mampu menciptakan *stimulus* yang memperkuat persepsi positif *followers* terhadap citra merek. Penelitian ini menegaskan bahwa sinergi antara kredibilitas *influencer* dan kualitas konten berkontribusi penting dalam memperkuat *brand image Camille Beauty* di benak *followers* di Kota Tangerang.

Daftar Pustaka (2005 - 2025)