

## ABSTRAK

Farrell Ryan Prima. 10822359

### **PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER @BIMOODJ DAN PERSEPSI KEBERLANJUTAN TERHADAP MINAT THRIFTING PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.**

Kata Kunci: Kredibilitas *Influencer*, Persepsi Keberlanjutan, Minat *Thrifting*, Instagram

(xi+93+Lampiran)

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur pengaruh antara kredibilitas *influencer @bimoodj* dan persepsi keberlanjutan terhadap minat *thrifting* pengguna media sosial Instagram. Latar belakang penelitian didasari oleh meningkatnya limbah tekstil akibat *fast fashion* dan potensi *thrifting* sebagai alternatif berkelanjutan, serta *influencer* dan persepsi keberlanjutan berperan penting dalam membentuk perilaku di media sosial. Dengan menggunakan teori kredibilitas sumber (*source of credibility theory*), penelitian ini berusaha menjelaskan seberapa besar pengaruh kredibilitas *influencer* melalui keahlian (*expertiseness*), daya tarik (*attractiveness*), dan kepercayaan (*trustworthiness*) dan persepsi keberlanjutan dalam mendorong minat *thrifting* di kalangan pengguna Instagram. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner online yang disebarakan kepada 100 responden yang merupakan pengguna Instagram berusia minimal 17 tahun yang mengetahui atau mengikuti akun *@bimoodj*. Untuk menganalisis data yang diperoleh, penelitian ini menggunakan teknik analisis statistik deskriptif dan regresi linear berganda dengan SPSS versi 27. Hasil analisis menunjukkan bahwa kredibilitas *influencer @bimoodj* memiliki pengaruh positif terhadap minat *thrifting*, sementara persepsi keberlanjutan memiliki pengaruh negatif terhadap minat *thrifting*. Secara simultan, kedua variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat *thrifting*.