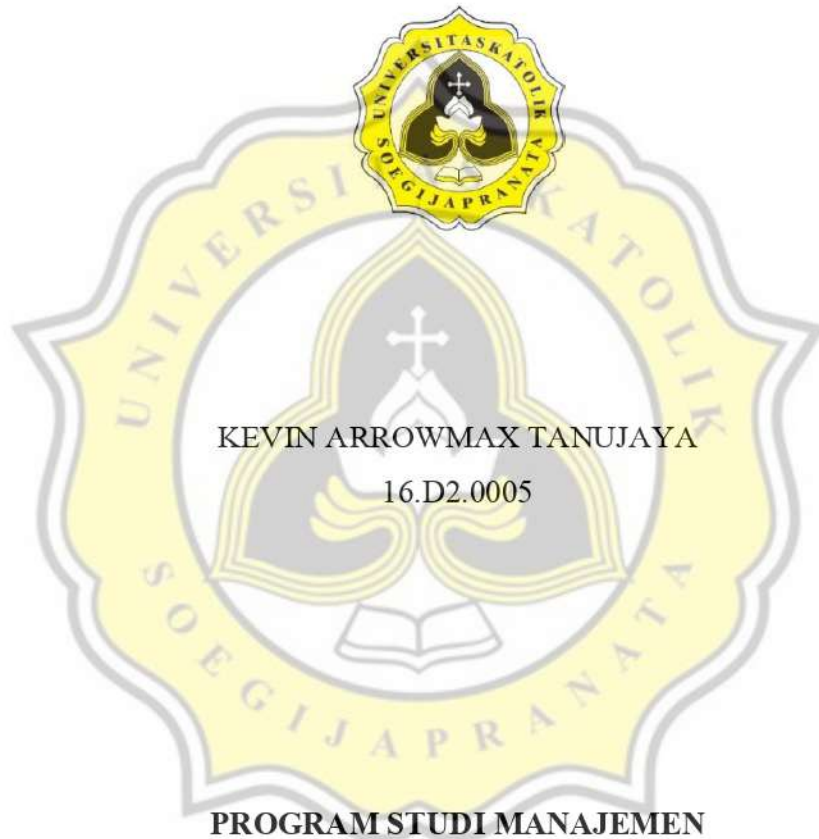


**SKRIPSI**

**PENGARUH KARAKTERISTIK *INSTAGRAM INFLUENCER*  
TERHADAP *BRAND IMAGE* SKINNYCOOK SEMARANG**



KEVIN ARROWMAX TANUJAYA

16.D2.0005

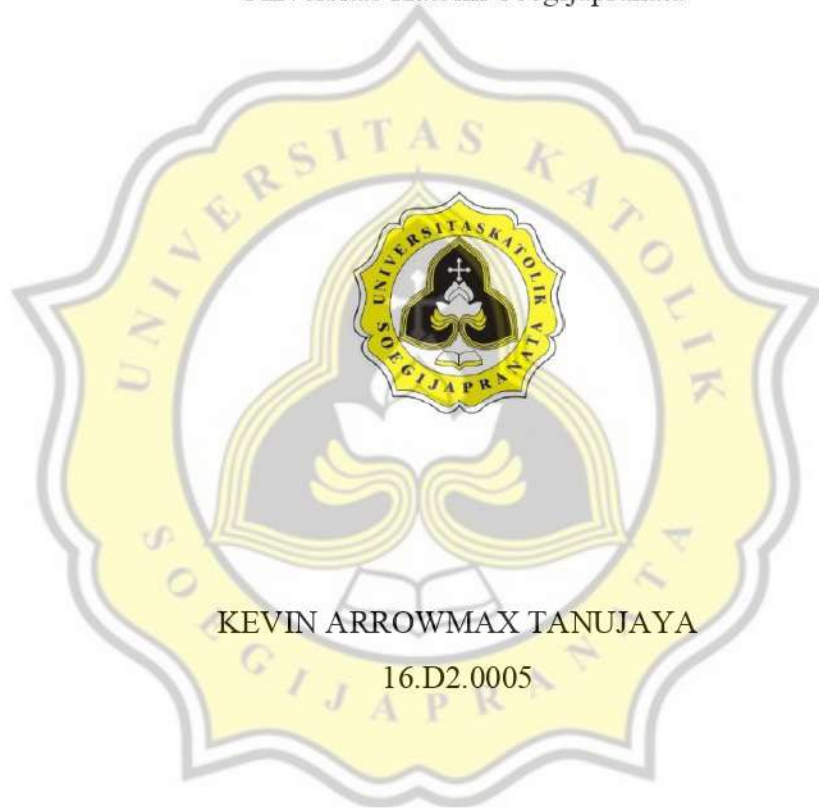
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2021**

**PENGARUH KARAKTERISTIK *INSTAGRAM INFLUENCER*  
TERHADAP *BRAND IMAGE* SKINNYCOOK SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2021**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *Instagram Influencer* terhadap *Brand Image* Skinnycook di Semarang. Berdasarkan dari sudut pandang konsumen, *Instagram Influencer* dilihat dari empat variabel yaitu *visibility*, *credibility*, *attraction* dan *power*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 36 responden. Adapun metode pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Instagram Influencer* yaitu *visibility*, *credibility*, *attraction* dan *power* berpengaruh secara simultan terhadap *Brand Image* Skinnycook. Secara parsial tiap variabel *visibility*, *credibility*, *attraction* dan *power* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *Brand Image* Skinnycook. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan memandang *Instagram Influencer* mempengaruhi *Brand Image*, maka dari itu Skinnycook sebaiknya mempertahankan penggunaan *Instagram Influencer* untuk meningkatkan *Brand Image* Skinnycook di Semarang.

**Kata Kunci** : *brand image*, *instagram influencer*, *visibility*, *credibility*, *attraction*, *power*.



## ABSTRACT

*This research was conducted to test the effect of Instagram Influencer variable towards Skinnycook Brand Image in Semarang. From the consumer's point of view, Instagram Influencer have four variables consist of visibility, credibility, attraction and power. The samples used in the study is a total of 36 respondents. Method in taking the sample of this research is applying purposive sampling. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression and hypothesis testing. The results showed that Instagram Influencer variable that is visibility, credibility, attraction and power simultaneously affect on Skinnycook Brand Image. Partially visibility, credibility, attraction and power significantly and positively influence Skinnycook Brand Image. Thus it turns out that consumers see the Instagram Influencers affect the Brand Image, then Skinnycook should retain the use of Instagram Influencers to increase Skinnycook Brand Image in Semarang.*

**Key Word :** *brand image, instagram influencer, visibility, credibility, attraction, power.*

