

## ABSTRAK

Peneliti menemukan permasalahan dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh kredibilitas *founder* Skin Game dan kampanye *public relations* Skin Game di Instagram terhadap *brand loyalty* Skin Game. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kredibilitas *founder* Skin Game dan kampanye *public relations* #BeasiswaMichella serta #BeasiswaSkinGame terhadap *brand loyalty* Skin Game. Kredibilitas founder mencakup *expertise, trustworthiness, attractiveness, dan similarity*. Kampanye *public relations* diukur melalui struktur pesan, konten pesan, *framing*, bahasa, dan daya tarik emosional. Sedangkan *brand loyalty* meliputi *behavior measures, measuring switch cost, measuring satisfaction, liking the brand, dan measuring commitment*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner online. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan 385 responden yang memenuhi kriteria, yaitu pernah melakukan pembelian berulang produk Skin Game, mengetahui Michella Ham di Instagram, serta mengetahui kampanye *public relations* #BeasiswaMichella dan #BeasiswaSkinGame. Hasil penelitian menunjukkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $265,816 > 2,67$ . Maka kredibilitas *founder* Skin Game dan kampanye *public relations* #BeasiswaMichella #BeasiswaSkinGame memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* Skin Game. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kredibilitas *founder* dan kampanye *public relations* mampu memberikan pengaruh sebesar 58,2% terhadap *brand loyalty*. Sedangkan, 41,8% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kredibilitas, Kampanye, *Public relations*, *Brand loyalty*, Instagram