

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR BOYBAND*
BANGTANSONYEONDAN (BTS) TERHADAP
PEMBENTUKAN *BRAND IMAGE PUMA***

TUGAS AKHIR



STELLA GITA PERTIWI

1171903027

**PROGRAM STUDI ILMU
KOMUNIKASI FAKULTAS
EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Stella Gita Pertiwi

NPM : 1171903052

Tanda Tangan : 

Tanggal : 20 Agustus 2019

LEMBAR PENGESAHAN

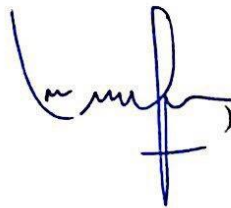
Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Stella Gita Pertiwi
NIM : 1171903027
Program Studi : Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador Boyband Bangtansonyeondan*
(BTS) Terhadap Pembentukan *Brand Image Puma*.

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Wahyuni Pudjiastuti, M.S

()

Penguji I : Dra. Suharyanti, M.S.M

()

Penguji II : Vivid F Argarini, B.Arts., Dr

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 16 Agustus 2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, Tugas Akhir ini tidak bisa selesai tanpa bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulisan mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Adolfus Kabut dan Suilatun Masdar, serta kakak penulis, Mathilda Gracia dan Stenaldo Abdinegara, yang selalu memberikan doa dan dukungan secara moral dan materi serta tidak pernah berhenti menyemangati penulis. [L]
[SEP]
2. Ibu ir. Wahyuni Pudjiastuti., M.S. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah memotivasi, memberikan banyak masukan, dan membantu penulis dalam kelancaran penulisan Tugas Akhir ini. [L]
[SEP]
3. Dra. Suharyanti, M.S.M dan Vivid F Argarini, B. Arts., Dr selaku penguji, yang telah memberi masukan agar penulisan Tugas Akhir ini menjadi lebih baik. [L]
[SEP]
4. Teman-teman seperjuangan penulis, Difa Nadira, Rayyan, Fachri Rnaldi, Nadira Aghata, Andyto Putra, Andaris, dan Icha Prakoso yang tidak henti memberi bantuan dalam kelancaran tugas akhir ini. [L]
[SEP]
5. Sahabat penulis Firly Rosalini yang tidak pernah lelah memberikan semangat serta penghibur bagi penulis. [L]
[SEP]
6. Teman-teman Bimbingan Bu Yuni yang selalu menjadi teman berbagi ilmu selama menyelesaikan Tugas Akhir ini. [L]
[SEP]
7. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah berbagi ilmu kepada penulis, serta membantu kelancaran untuk penulisan Tugas Akhir ini. [L]
[SEP]
8. Teman-teman Kelas Karyawan khususnya Marketing Communication yang selalu menjadi tempat berbagi selama melalui masa kuliah selama

perkuliahan.

9. Teman-teman kantor 3M Indonesia yang selalu membantu memberikan motivasi dalam penulisan Tugas Akhir ini

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan untuk membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi orang-orang yang membacanya.

Jakarta, Agustus 2018

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Stella Gita Pertiwi
NIM : 1171903052
Program Studi : Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh *Boyband* Bangtansonyeondan (BTS) Terhadap Pembentukan *Brand Image* Puma”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkal data (*database*), merawat, dan mempublikasi Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Dibuat di : Jakarta
Tanggal : 16 Agustus 2019

Yang Menyatakan,



Stella Gita Pertiwi

Pengaruh *Brand Ambassador Boyband Bangtansonyeondan (BTS)* Terhadap Pembentukan *Brand Image Puma*

Stella Gita Pertiwi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor mana yang dipengaruhi oleh *boyband* Bangtansonyeondan (BTS) selaku *brand ambassador* terhadap *brand image* Puma. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif dan verikatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan metode *purposive sampling*. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada *followers* Twitter akun penggemar *boyband* Bangtansonyondan (BTS) yaitu @BTS_Jkt, yang pernah melihat *boyband* Bangtansonyondan (BTS) mengiklankan produk Puma di platform media digital. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 1 dimensi yang memiliki pengaruh terhadap minat beli, yakni *Visibility*. Hal ini berarti Puma harus tetap menjadikan *boyband* Bangtansonyondan (BTS) sebagai *brand ambassador* karena *boyband* Bangtansonyondan (BTS) memiliki pesona, dan popularitas yang besar dan cukup berpengaruh di masyarakat muda. Hal ini bisa dilihat dari responden yang sangat menyukai *boyband* Bangtansonyondan (BTS) sebagai seorang *Brand Ambassador Puma*.

Kata kunci : *Brand Ambassador, Brand Image*

The Effect of *Boyband Bangtansonyeondan (BTS)* as Brand Ambassador to Formation *PUMA Brand Image*

Stella Gita Pertiwi

ABSTRACT

This study aims to find out which factors are influenced by the Bangtansonyean Boyband (BTS) as the brand ambassador of the Puma brand image. This research method uses quantitative and descriptive quantitative research by distributing questionnaires to 100 respondents using purposive sampling method. Questionnaires were distributed to Twitter followers, boyband Bangtansonyondan (BTS) fans, namely @BTS_Jkt, who had seen boyband Bangtansonyondan (BTS) advertise Puma products on digital media platforms. The results showed that there was 1 dimension that had an influence on buying interest, namely Visibility. This means that Puma must continue to make the boyband Bangtansonyan (BTS) a brand ambassador because boyband Bangtansonyondan (BTS) has charm, and is of great popularity and quite influential in young people. This can be seen from respondents who really like boyband Bangtansonyondan (BTS) as a Puma brand ambassador.

Keywords: Brand Ambassador, Brand Image

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL..	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
 BAB II KERANGKA TEORITIS	 10
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya	10
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Teori.....	19
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	19
2.2.2 <i>Brand Ambassador</i>	20
2.2.3 <i>Brand Image</i>	24
2.2.3.1 <i>Manfaat Brand Image</i>	26
2.3 Kerangka Teoritis.....	26
2.4 Hipotesis Penelitian.....	28
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 29
3.1 Metode Penelitian.....	29

3.2	Populasi dan Sampling.....	29
3.2.1	Populasi.....	29
3.2.2	Sample.....	30
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3.1	Sumber Data.....	33
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3.2.1	Studi Kepustakaan.....	34
3.3.2.2	Kuesioner.....	34
3.4	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	35
3.5	Teknik Analisa Data.....	39
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	39
3.5.2	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	40
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	40
3.6.1	Uji Validitas.....	40
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	41
3.7	Keterbatasan Penelitian.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		42
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.1.1	Profil Puma... ..	42
4.1.2	Profil <i>Boyband BangtanSeonyeondan</i> (BTS)	43
4.2	Hasil Penelitian.....	46
4.2.1	Karakteristik Responden.....	46
4.2.2	Pilot Sampling.....	49
4.2.2.1	Uji Validitas.....	50
4.2.2.2	Uji Reabilitas.....	51
4.2.3	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	53
4.2.3.1	Hasil Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	53
4.2.3.1.1	Analisis Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Brand Ambassador</i> Dimensi <i>Visibility</i>	54
4.2.3.1.2	Analisis Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Brand Ambassador</i> Dimensi <i>Credibility</i>	55
4.2.3.1.3	Analisis Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Brand Ambassador</i> Dimensi <i>Attraction</i>	56

4.2.3.1.4 Analisis Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Brand Ambassador</i> Dimensi <i>Power</i>	58
4.2.3.1.5 Analisis Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> Dimensi <i>Favorability of Brand association</i>	59
4.2.3.1.6 Analisis Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> Dimensi <i>Strenght of Brand association</i>	60
4.2.3.1.7 Analisis Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> Dimensi <i>Uniqueness of Brand association</i>	61
4.2.4 Hasil Hipotesis.....	62
4.2.4.1 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	62
4.3 Pembahasan.....	67
4.3.1 Pengaruh <i>Visibility</i> terhadap Pembentukan <i>Brand Image</i>	69
4.3.2 Pengaruh <i>Credibility</i> terhadap Pembentukan <i>Brand Image</i>	70
4.3.3 Pengaruh <i>Attraction</i> terhadap Pembentukan <i>Brand Image</i> ..	71
4.3.4 Pengaruh <i>Power</i> terhadap Pembentukan <i>Brand Image</i>	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 TOP <i>Brand Award</i> 2013 Fase 2.....	2
Tabel 1.2 TOP <i>Brand Award</i> 2018 Fase 1	3
Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka terkait dengan Penelitian Sebelumnya.....	12
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	34
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep Variabel X (<i>Brand Ambassador</i>).....	36
Tabel 3.3 Operasionalisasi Konsep Variabel Y (<i>Brand Image</i>).....	37
Tabel 4.1 Kategori Pengeluaran Responden dalam Sebulan	49
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Validitas.....	50
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>B. Ambassador & B. Image</i>	52
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Brand Image</i>	52
Tabel 4.5 Penilaian Skala <i>Likert</i>	54
Tabel 4.6 Perolehan Jawaban Responden Terkait Dimensi <i>Visibility</i> dalam Variabel <i>Brand Ambassador</i>	55
Tabel 4.7 Perolehan Jawaban Responden Terkait Dimensi <i>Credibility</i> dalam Variabel <i>Brand Ambassador</i>	56
Tabel 4.8 Perolehan Jawaban Responden Terkait Dimensi <i>Attraction</i> dalam Variabel <i>Brand Ambassador</i>	57
Tabel 4.9 Perolehan Jawaban Responden Terkait Dimensi <i>Power</i> dalam Variabel <i>Brand Ambassador</i>	58
Tabel 4.10 Perolehan Jawaban Responden Terkait Dimensi <i>Favorability of</i> <i>Brand Association</i> dalam Variabel <i>Brand Image</i>	59
Tabel 4.11 Perolehan Jawaban Responden Terkait Dimensi <i>Favorability of</i> <i>Brand Association</i> dalam Variabel <i>Brand Image</i>	60
Tabel 4.12 Perolehan Jawaban Responden Terkait Dimensi <i>Favorability of</i> <i>Brand Association</i> dalam Variabel <i>Brand Image</i>	61
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Uji R.....	63
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Uji F.....	64
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Uji T.....	65
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Uji R <i>Brand Ambassador</i>	65
Tabel 4.17. Hasil Pengujian Uji F Dimensi <i>Brand Ambassador</i>	66

Tabel 4.18 Hasil Pengujian Uji Regresi Dimensi <i>Brand Ambassador</i>	66
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo <i>Puma</i>	4
Gambar 1.2	Boyband Korea Selatan BTS	6
Gambar 1.3	Boyband Korea Selatan BTS.....	7
Gambar 1.4	<i>BTS</i> Basket X <i>Puma</i>	8
Gambar 2.1	Kerangka Teori.....	29
Gambar 4.1	Logo <i>Puma</i>	43
Gambar 4.2	<i>Screenshot</i> Instagram <i>Puma</i>	44
Gambar 4.3	<i>Screenshot</i> Youtube Account <i>Puma</i>	44
Gambar 4.4	<i>Puma</i> Made By <i>BTS</i>	44
Gambar 4.5	<i>Screenshot Account</i> Twitter <i>BTS</i>	45
Gambar 4.6	<i>BTS</i>	46
Gambar 4.7	Cover Majalah <i>TIME</i> Edisi <i>BTS</i>	47
Gambar 4.8	Diagram Jenis Kelamin Responden	48
Gambar 4.9	Diagram Usia Responden.....	48
Gambar 4.10	Diagram Domisili Tempat Tinggal Responden	49
Gambar 4.11	Diagram Pekerjaan Responden	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	xv
----------------------------	----