

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN EFEKTIVITAS IKLAN
ONLINE YOONA SNSD TERHADAP *BRAND IMAGE* PADA PRODUK
KECANTIKAN INNISFREE**

TUGAS AKHIR



NURHAYATI AGUSTIN

1151001113

**PROGRAM STUDI STRATA SATU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN EFEKTIVITAS IKLAN
ONLINE YOONA SNSD TERHADAP *BRAND IMAGE* PADA PRODUK
KECANTIKAN INNISFREE**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



NURHAYATI AGUSTIN

1151001113

**PROGRAM STUDI STRATA SATU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

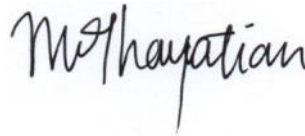
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Nurhayati Agustin

NIM : 1151001113

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nurhayati Agustin', written over a light blue rectangular background.

Tanggal : Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nurhayati Agustin

NIM : 115001113

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

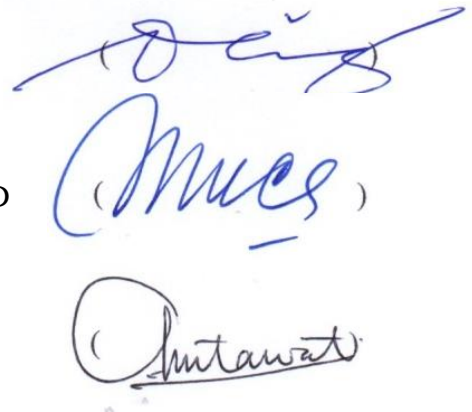
Judul Skripsi : PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN
EFEKTIVITAS IKLAN ONLINE YOONA SNSD
TERHADAP *BRAND IMAGE* PADA PRODUK
KECANTIKAN INNISFREE

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Holilla Hatta, S.Pd., MM.

Penguji I : Muchsin Saggaff S.,M.Sc.,MBA, Ph.D

Penguji II : M. Th. Anitawati., Ir.,M.S.,M.Sc



The image shows three handwritten signatures in blue ink. The top signature is for the supervisor, Holilla Hatta. The middle signature is for the first examiner, Muchsin Saggaff. The bottom signature is for the second examiner, M. Th. Anitawati.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : Agustus 2019

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Nurhayati Agustin

NIM : 1151001113

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Penelitian Kuantitatif

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

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN EFEKTIVITAS IKLAN ONLINE YOONA SNSD TERHADAP *BRAND IMAGE* PADA PRODUK KECANTIKAN INNISFREE.

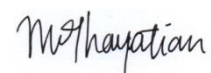
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : Agustus 2019

Yang menyatakan



Nurhayati Agustin

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN EFEKTIVITAS IKLAN
ONLINE YOONA SNSD TERHADAP *BRAND IMAGE* PADA PRODUK
KECANTIKAN INNISFREE PROPOSAL TUGAS AKHIR**

Nurhayati Agustin

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *Brand ambassador* dan efektivitas iklan online Yoona SNSD pada produk kecantikan Innisfree. Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini, yakni variabel X1 *Brand ambassador* (*Visibility, Credibility, Attraction, dan Power*), variabel X2 Efektivitas Iklan Online (*Empathy, Persuasion, Impact, dan Communication*) dan variabel Y *Brand image* (*Product Attributes, Consumer Benefit, dan Brand Personality*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey menggunakan kuesioner melalui online yang disebar ke 30 populasi yakni pengguna Innisfree yang juga merupakan komunitas Innisfree Jabodetabek. Berdasarkan hasil penelitian dari 30 responden dalam variabel *Brand ambassador* menunjukkan masing-masing indikator memiliki kontribusi terhadap *Brand image*, hal tersebut pun berlaku sama untuk variabel efektivitas iklan online. Dari kedua variabel bebas nilai koefisien paling tinggi yaitu Variabel *Brand ambassador* (X1), hal ini menunjukkan dan membuktikan bahwa Variabel *Brand ambassador* memiliki pengaruh besar terhadap *Brand image*.

Kata Kunci: *Brand ambassador, Efektivitas Iklan Online, Brand image*

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN EFEKTIVITAS IKLAN
ONLINE YOONA SNSD TERHADAP *BRAND IMAGE* PADA PRODUK
KECANTIKAN INNISFREE PROPOSAL TUGAS AKHIR**

Nurhayati Agustin

ABSTRACT

This research is aimed at knowing the effect of using Brand ambassador and the effectiveness of online advertising for SNSD Yoona at Innisfree beauty products. There are no variabls in this study, namely the X1 Brand ambassador variabel (Visibility, Credibility, Attraction, and Power), variabel X2 Effectiveness of Online Advertising (Empathy, Persuation, Impact, and Communication) and variabel Y Brand image (Product Attributes, Consumer Benefit, and Brand Personality). This research uses a quantitative approach with a survey method using questionnaires through online which is distributed to 30 populations, who know about advertising innisfree in Youtube and wearing Innisfree product who are also Jabodetabek Innisfree communities. Based on the results of a study of 30 respondents in the Brand ambassador variabel showing each indicator contributing to the Brand image, this also applies to the variabel effectiveness of online advertising. Of the two independent variabls the highest coefficient value is the Brand ambassador Variabel (X1), this shows and proves that Brand ambassador Variabls have a large influence on Brand image.

Keywords: Brand ambassador, Effectiveness of Online Advertising, Brand image

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh *Brand ambassador* dan Efektivitas Iklan Online Yoona SNSD terhadap *Brand image* pada produk kecantikan Innisfree”**

Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak awal perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Allah S.W.T
- 2) Kedua orang tua penulis dan keluarga penulis yang telah mendukung penulis dalam setiap kegiatan perkuliahan dan selalu memberi dukungan baik material maupun moral.
- 3) Para dosen jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu selama penulis berkuliah di Universitas Bakrie
- 4) Bapak M. Taufik Amir, SE.,MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie.
- 5) Ibu Holila Hatta SP.d, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini;
- 6) Bapak Muchsin Saggaff S.,M.Sc.,MBA, Ph.D selaku dosen penguji I yang memberikan saran kepada peneliti agar dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik;

- 7) Ibu M.Th. Anitawati., Ir., M.S., M.Sc selaku dosen penguji II yang memberikan saran kepada peneliti agar dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik;
- 8) Rusaq Family [Ashary, Pipit, Kadar, Epi, Nelisa, Habib, Calista] selaku keluarga pengganti selama penulis merantau disini yang selalu memberikan keceriaan dan mendukung untuk selalu semangat mengerjakan Tugas Akhir ini;
- 9) Selvie Oktavia Harleyani, selaku teman hidup yang sangat istimewa, teman seperjuangan dari dulu hingga sekarang yang selalu memberikan semangat, bantuan serta dukungannya kepada penulis hingga saat ini;
- 10) Yola, Nunu, Piko, Syifa, Dita, dan Nisa selaku teman istimewa selama di bangku perkuliahan ini yang selalu memberikan keceriaan, bantuan, komentar dan usulan, semangat dan memberikan kenangan selama 4 tahun.
- 11) Serta dukungan dari rekan-rekan di Universitas Bakrie yang tidak bisa penulis sebut nama nya satu persatu yang telah membantu dan mendukung pada masa perkuliahan.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta,

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	i
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR	ii
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat teoritis	12
1.4.2 Manfaat praktis	12
BAB II LANDASAN TEORI	1
2.1 <i>Brand ambassador</i>	1
2.2 Efektifitas Iklan Online	2
2.2.1. Dimensi Efektivitas Iklan	3
2.3 <i>Brand image</i>	4
2.3.1 Dimensi dan Indikator <i>Brand image</i>	5
2.3.2 Faktor-faktor pendukung terbentuknya <i>Brand image</i>	6
2.4 Hubungan antara Variabel.....	8
2.4.1 Hubungan antara <i>Brand ambassador</i> dan <i>Brand image</i>	8
2.4.2 Hubungan antara Efektivitas Iklan dan <i>Brand image</i>	8
2.5 Penelitian Terdahulu	8
2.6 Kerangka Penelitian	11
BAB III METODE PENELITIAN	12
3.1 Desain Penelitian	12
3.2 Populasi dan Sampel	12
3.2.1 Populasi.....	12
3.2.2 Sampel	12

3.3 Jenis Penelitian dan Sumber data.....	14
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	15
3.4.1 Variabel Penelitian	15
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	15
3.5 Metode Pengumpulan Data	17
3.5.1 Studi Pustaka (<i>Library Research</i>)	17
3.5.2 Studi Lapangan	17
3.6 Teknik Analisis Data.....	19
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian	19
3.6.1.1 Uji Validasi	20
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	20
3.6.2 Kelayakan Model.....	21
3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda	21
3.6.2.2 Analisis Koefisien Determinasi	21
3.6.3 Uji Hipotesis.....	22
3.6.3.1 Uji <i>T</i> (Parsial).....	23
3.6.3.2 Uji <i>F</i> (Simultan)	23
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	1
4.1 Pre-Test Kuesioner.....	1
4.2 Analisis Karakteristik Responden.....	3
4.3 Analisis Linear Berganda	5
4.3.1 Analisis Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	6
4.4 Hasil Uji Hipotesis	8
4.4.1 Uji <i>t</i> (Parsial)	8
4.4.2 Uji <i>F</i> (Simultan).....	9
4.5 Pembahasan	10
4.5.1 Analisis Mean Deskripsi Variabel.....	10
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	1
5.1 Kesimpulan.....	1
DAFTAR PUSTAKA	3
LAMPIRAN	8
Lampiran 1-1 Kuesioner	8
Lampiran 1-2 Hasil Hitung Karakteristik Responden dengan SPSS.....	71
Lampiran 1-3 Hasil Validitas SPSS.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1: Dimensi dan Indikator Variabel Penelitian	16
Tabel 3.2: Keterangan Skala Numerik	19
Tabel 3.3 : Koefesien Reliabilitas	20
Tabel 4.1: Uji Validitas dan reliabilitas Brand ambassador	1
Tabel 4.2: Uji Validitas dan Reliabilitas Efektivits Iklan Online (Youtube).....	2
Tabel 4.3: Uji Validitas dan Reliabilitas Brand image.....	3
Tabel 4.4: Karakteristik responden	4
Tabel 4.5 Hasil Analisis Linear Berganda.....	6
Tabel 4.6 Hasil Analisis Determinasi.....	7
Tabel 4.7 Hasil Uji t.....	8
Tabel 4.8 Hasil Uji F.....	9

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Logo Perusahaan Innisfree	3
Gambar 1.2: Brand ambassador Yoona SNSD pada Iklan Youtube Innisfree	4
Gambar 2.1: Kerangka Penelitian	11
Gambar 3.1: Skala pada Kuesioner	19