

**PERBANDINGAN PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* NCT  
DREAM DAN HAN SO-HEE TERHADAP *BRAND IMAGE*  
SOMETHINC PADA PENGIKUT AKUN INSTAGRAM  
@SOMETHINCOFFICIAL DI DKI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu  
Komunikasi Universitas Bakrie, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas  
Ekonomi dan Ilmu Sosial**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**AZURA PUTI ALMAYOSI**

**1181003006**

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

**JAKARTA**


**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk saya nyatakan benar milik saya sendiri

Nama : Azura Puti Almayosi

NIM : 1181003006

Tanda Tangan : 

Pada Tanggal : 29 Juli 2022

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Azura Puti Almayosi  
NIM : 1181003006  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul : Perbandingan Pengaruh *Brand Ambassador* NCT Dream dan Han So-hee Terhadap *Brand Image* SOMETHINC pada Pengikut Akun Instagram @somethincofficial di DKI Jakarta

Telah berhasil dipertahankan di hadapan 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 : Eli Jamilah Mihardja, M.Si, Ph.D.  
Penguji 1 : Ir. Wahyuni Pudjiastuti, M.S.  
Penguji 2 : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos, M.Si.

()  
()  
()

Ditetapkan di :

Pada Tanggal :

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah Swt. Yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Perbandingan *Brand Ambassador* NCT Dream dan Han So-hee Terhadap *Brand Image* SOMETHINC pada Pengikut Akun Instaram @somethincofficial di DKI Jakarta” dengan baik. Tugas akhir skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat dan tanda telah menyelesaikan masa pendidikan Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini, banyak sekali hambatan dan tantangan yang peneliti hadapi. Namun, dengan rezeki dan kemudahan yang diberikan Allah Swt., akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan tepat waktu.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung proses penyusunan tugas akhir skripsi ini hingga selesai. Di antaranya, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Swt.

Peneliti ingin berterima kasih dan bersyukur kepada Allah Swt. Karena telah memberikan nikmat iman, sehat, karunia dan hidayah kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik.

2. Keluarga

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga yang terus memberikan dorongan dan dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi. Terima kasih kepada Ayah, Mama, Kakak Fibi, dan Rizka yang memberikan dukungan penuh kepada penulis saat menghadapi masa sulit dalam pengerjaan tugas akhir skripsi.

3. Dosen pembimbing skripsi

Terima kasih kepada Ibu Eli Jamilah Mihardja, M.Si, Ph.D. yang telah membimbing peneliti dan teman-teman lainnya selama proses pengerjaan tugas akhir skripsi. Terima kasih atas ilmu, kritik dan saran, serta

kesabarannya dalam membimbing kami. Semua yang diberikan dan diajarkan akan terus peneliti ingat di kemudian hari.

4. Sahabat-sahabat

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada sahabat seperjuangan yang terus berjalan bersama peneliti dalam suka dan duka masa kuliah hingga proses penyusunan tugas akhir skripsi, yaitu Rassya Fira, Afra Hanin, dan Kalisha Athaya. Peneliti juga ingin berterima kasih secara khusus pada Nada Nisrina yang telah menjadi *support system* terluar biasa yang pernah peneliti punya. Terima kasih kepada kalian semua yang telah saling menyemangati dan memotivasi peneliti untuk terus maju menuju pribadi yang lebih baik. *Special thanks to Daniel, Steve, Ben, Terry, and Kai for keeping me sane and happy throughout all the difficult times.*

5. HMILKOM-UB 2019/2021

Terima kasih kepada seluruh anggota keluarga HMILKOM-UB 2019/2020 dan HMILKOM 2020/2021 yang mewarnai masa perkuliahan penulis. Terima kasih atas pengalaman, ilmu, semangat, dan kebahagiaan yang diberikan pada satu sama lain sehingga kita bisa mencapai titik ini bersama-sama. Semoga pertemanan kita tak lekang oleh waktu dan dapat terus berjalan bersama menjadi pribadi yang lebih baik.

6. Puti

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri karena tidak menyerah dan terus berusaha hingga dapat mencapai titik ini. Terima kasih untuk terus percaya diri dan terus berjuang walaupun banyak rintangan selama masa kuliah dan proses pengerjaan tugas akhir skripsi.

Demikian kata pengantar yang peneliti sampaikan. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir skripsi ini. Namun, peneliti berharap kelebihan yang ada dalam tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak di kemudian hari.

Jakarta, 15 Juli 2022

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Alif' or similar, written in a cursive style.

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas Akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Azura Puti Almayosi

NIM : 1181003008

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*non-exclusive royalty-fee rights*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Perbandingan Pengaruh *Brand Ambassador* NCT Dream dan Han So-hee Terhadap *Brand Image* SOMETHINC pada Pengikut Akun Instagram @somethincofficial di DKI Jakarta”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti No Eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 Juli 2022

Yang Menyatakan,



Azura Puti Almayosi

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan pengaruh duta merek NCT Dream dan Han So-hee terhadap citra merek SOMETHINC pada pengikut akun Instagram @somethincofficial di DKI Jakarta. Terdapat empat variabel yang diteliti dalam penelitian ini, diantaranya adalah variabel X1 dan X2 yaitu duta merek NCT Dream dan Han So-hee (popularitas, kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan), serta variabel Y1 dan Y2 yaitu citra merek SOMETHINC (kekuatan asosiasi merek, kelebihan asosiasi merek, dan keunikan asosiasi merek) yang dilihat dari masing-masing duta merek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 139 responden berkarakteristik 18-24 tahun, mengikuti akun Instagram @somethincofficial, dan berdomisili di DKI Jakarta. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian yang dilakukan pada variabel duta merek X1 dan X2 menunjukkan bahwa NCT Dream dan Han So-hee sebagai duta merek sama-sama memiliki keunggulan pada indikator daya tarik. Artinya, kedua duta merek memiliki penampilan dan karakteristik yang sesuai dengan SOMETHINC. Sedangkan pada variabel citra merek Y1 dan Y2, dimensi yang menjadi keunggulan SOMETHINC adalah kelebihan merek. Artinya, responden menganggap kualitas dari SOMETHINC adalah faktor terbesar terbentuknya citra merek. Berdasarkan hasil uji regresi linear, Han So-hee sebagai duta merek memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap citra merek SOMETHINC dibandingkan NCT Dream dengan perolehan nilai masing-masing sebesar 43,5% dan 32,6%. Han So-hee unggul dalam tiga indikator duta merek yang mempengaruhi citra merek, yaitu indikator popularitas, kredibilitas, dan kekuatan. Sementara NCT Dream unggul dalam satu indikator yaitu daya tarik.

**Kata kunci: Duta merek, citra merek**



**ABSTRACT**

*This study aims to compare the influence of NCT Dream and Han So-hee as brand ambassadors on SOMETHINC's brand image on followers of @somethincofficial Instagram account in DKI Jakarta. There are four variables researched in this study, including variables X1 and X2, namely brand ambassadors NCT Dream and Han So-hee (visibility, credibility, attraction, and power), as well as variables Y1 and Y2, namely SOMETHINC's brand image (strength of brand association, favorability of brand association, and uniqueness of brand association) as seen from each brand ambassadors. This study uses quantitative approach with the associative method. Data was collected by distributing questionnaires to 139 respondents with characteristics of 18-24 years old, following the Instagram account @somethincofficial, and domiciled in DKI Jakarta. The data analysis technique used is descriptive statistical analysis and simple linear regression. The results of research conducted on the brand ambassador variables X1 and X2 show that NCT Dream and Han So-hee as brand ambassadors both have advantages in the attraction indicator. That is, both brand ambassadors have the appearance and characteristics that match SOMETHINC. While in the brand image variables Y1 and Y2, the dimension that becomes the advantages of SOMETHINC is the favorability of brand association. That is, respondents consider the quality of SOMETHINC as the biggest factor in the formation of brand image. Based on the results of the linear regression test, Han So-hee as a brand ambassador has a greater influence on SOMETHINC's brand image than NCT Dream with 43,5% and 32,6% scores, respectively. Han So-hee excels in three indicators of brand ambassadors that affect brand image, namely indicators of visibility, credibility, and power. While NCT Dream excels in one indicator, namely attractiveness.*

**Key words: Brand Ambassador, brand image**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4.1 Manfaat Teoretis .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4.2 Manfaat Praktis.....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>1</b>
<b>2.1 Teori yang Relevan.....</b>	<b>1</b>
<b>2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....</b>	<b>1</b>
<b>2.1.2 Brand .....</b>	<b>3</b>
<b>2.1.3 Brand Ambassador .....</b>	<b>4</b>
<b>2.1.4 Brand Image .....</b>	<b>6</b>
<b>2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Hipotesis .....</b>	<b>9</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>

3.1	Desain dan Pendekatan.....	20
3.2	Populasi dan Sampling.....	21
3.2.1	Populasi .....	21
3.2.2	Sampling .....	21
3.3	Pengumpulan Data dan Pengukuran .....	23
3.4	Analisis Data .....	24
3.4.1	Statistik Deskriptif.....	24
3.4.2	Regresi Linear Sederhana.....	24
3.5	Validasi Data.....	25
3.6	Operasionalisasi Variabel.....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>33</b>
4.1	Gambaran Konteks Penelitian.....	33
4.1.1	Profil SOMETHINC.....	33
4.1.2	Sekilas tentang NCT Dream .....	34
4.1.3	Sekilas tentang Han So-hee.....	35
4.2	Penyajian Data.....	36
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	36
4.2.1.1	Karakteristik Responden .....	36
4.2.1.2	Deskripsi Hasil Kuesioner Variabel X1 – <i>Brand Ambassador</i> NCT Dream.....	38
4.2.1.3	Deskripsi Hasil Kuesioner Variabel Y1 – <i>Brand Image</i> SOMETHINC - NCT Dream.....	43
4.2.1.4	Deskripsi Hasil Kuesioner Variabel X2 – <i>Brand Ambassador</i> Han So-hee .....	46
4.2.1.5	Deskripsi Hasil Kuesioner Variabel Y2 – <i>Brand Image</i> SOMETHINC – Han So-hee.....	50

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	53
4.2.3 Uji Hipotesis .....	57
4.2.3.1 Uji Regresi Linear Sederhana .....	57
4.2.3.2 Pengujian Hipotesis .....	61
4.3 Pembahasan dan Diskusi .....	62
4.3.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> NCT Dream dan Han So-hee terhadap <i>Brand Image</i> SOMETHINC .....	62
4.3.1.1 Brand Ambassador NCT Dream.....	63
4.3.1.2 Brand Ambassador Han So-hee .....	64
4.3.2 Perbandingan Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> NCT Dream dan Han So-hee Terhadap <i>Brand Image</i> SOMETHINC .....	66
4.3.2.1 Perbandingan Hasil Penelitian .....	66
4.3.2.2 Tinjauan Teoretis VisCAP Model Terhadap Hasil Perbandingan .....	67
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>71</b>
5.1 Simpulan.....	71
5.2 Kendala dan Keterbatasan .....	72
5.3 Saran dan Implikasi .....	72
5.3.1 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	72
5.3.2 Saran Untuk Industri/Lembaga/Subjek .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>78</b>
Lampiran I: Daftar Konstruk dan Kuesioner .....	78
Lampiran II: Coding Sheet .....	84
Lampiran III: Hasil Analisis Statistik .....	119

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Data Merek <i>Skincare</i> Lokal Terlaris di <i>e-Commerce</i> tahun 2021</b> .....	<b>4</b>
<b>Gambar 1. 2 Postingan Perkenalan NCT Dream sebagai SOMETHINC Squad Leader.....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 1. 3 Postingan Perkenalan Han So-hee sebagai SOMETHINC Beauty Guru .....</b>	<b>6</b>
<b>Gambar 4. 1 Logo Somethinc.....</b>	<b>33</b>
<b>Gambar 4. 2 NCT Dream .....</b>	<b>34</b>
<b>Gambar 4. 3 Han So-hee.....</b>	<b>35</b>
<b>Gambar 4. 4 Diagram Jenis Kelamin Responden .....</b>	<b>36</b>
<b>Gambar 4. 5 Diagram Usia Responde .....</b>	<b>37</b>
<b>Gambar 4. 6 Diagram Domisili Responden .....</b>	<b>37</b>
<b>Gambar 4. 7 Diagram Pengikut Akun Instagram @somethincofficial.....</b>	<b>38</b>
<b>Gambar 4. 8 Bagan Perbandingan Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> NCT Dream dan Han So-hee terhadap <i>Brand Image</i> SOMETHINC pada Pengikut Akun Instagram @somethincofficial di D Ki Jakarta .....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Perbandingan dengan hasil penelitian sebelumnya (Sumber: Olahan Peneliti).....</b>	<b>9</b>
<b>Tabel 3. 1 Kriteria Alpha Cronbach (Cronbach, 1951, 2004) (Sumber: Olahan Peneliti).....</b>	<b>26</b>
<b>Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel Brand Ambassador NCT Dream (X1) (Sumber: Olahan Peneliti).....</b>	<b>27</b>
<b>Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas Variabel Brand Ambassador NCT Dream (X1) (Sumber: Olahan Peneliti).....</b>	<b>27</b>
<b>Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Brand Image SOMETHINC - NCT Dream (Y1) (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas Variabel Brand Image SOMETHINC – NCT Dream (Y1) (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabel 3. 6 Uji Validitas Variabel Brand Ambassador Han So-hee (X2) (Sumber: Olahan Peneliti).....</b>	<b>29</b>
<b>Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas Variabel Brand Ambassador Han So-hee (X2) (Sumber: Olahan Peneliti).....</b>	<b>29</b>
<b>Tabel 3. 8 Uji Validitas Variabel Brand Image SOMETHINC – Han So-hee (Y2) (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 3. 9 Uji Reliabilitas Variabel Brand Image SOMETHINC – Han So-hee (Y2) (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 3. 10 Operasionalisasi Variabel (Sumber: Olahan peneliti).....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel 4. 1 Pernyataan X1_1 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 4. 2 Pernyataan X1_2 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 4. 3 Pernyataan X1_3 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 4. 4 Pernyataan X1_4 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>40</b>

<b>Tabel 4. 5 Pernyataan X1_5 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabel 4. 6 Pernyataan X1_6 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabel 4. 7 Pernyataan X1_7 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4. 8 Pernyataan X1_8 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4. 9 Pernyataan Y1_1 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4. 10 Pernyataan Y1_2 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4. 11 Pernyataan Y1_3 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4. 12 Pernyataan Y1_4 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4. 13 Pernyataan Y1_5 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4. 14 Pernyataan Y1_6 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4. 15 Pernyataan X2_1 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4. 16 Pernyataan X2_2 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4. 17 Pernyataan X2_3 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4. 18 Pernyataan X2_4 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4. 19 Pernyataan X2_5 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4. 20 Pernyataan X2_6 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 4. 21 Pernyataan X2_7 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 4. 22 Pernyataan X2_8 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4. 23 Pernyataan Y2_1 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4. 24 Pernyataan Y2_2 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4. 25 Pernyataan Y2_3 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4. 26 Pernyataan Y2_4 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 4. 27 Pernyataan Y2_5 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 4. 28 Pernyataan Y2_6 (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4. 29 Uji Validitas Variabel <i>Brand Ambassador</i> NCT Dream (X1) pada 139 Responden (Sumber: Olahan Peneliti).....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4. 30 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Ambassador</i> NCT Dream pada 139 Responden (X1) (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 4. 31 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> SOMETHINC - NCT Dream (Y1) pada 139 Responden (Sumber: Olahan Peneliti).....</b>	<b>54</b>

<b>Tabel 4. 32 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> SOMETHINC – NCT Dream (Y1) pada 139 Responden (Sumber: Olahan Peneliti).....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 4. 33 Uji Validitas Variabel <i>Brand Ambassador</i> Han So-hee (X2) pada 139 Responden (Sumber: Olahan Peneliti).....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 4. 34 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Ambassador</i> Han So-hee (X2) pada 139 Responden (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4. 35 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> SOMETHINC – Han So-hee (Y2) pada 139 Responden (Sumber: Olahan Peneliti).....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4. 36 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> SOMETHINC – Han So-hee (Y2) pada 139 Responden (Sumber: Olahan Peneliti) .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4. 37 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Sumber: Hasil Penelitian) .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4. 38 Hasil Uji F (Sumber: Hasil Penelitian).....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4. 39 Hasil Uji Regresi Sederhana (Sumber: Hasil Penelitian) .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4. 40 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Sumber: Hasil Penelitian) .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 4. 41 Hasil Uji F (Sumber: Hasil Penelitian).....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4. 42 Hasil Uji Regresi Sederhana (Sumber: Hasil Penelitian) .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4. 43 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (Sumber: Hasil Penelitian)</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4. 52 Perbandingan Hasil Penelitian Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> NCT Dream dan Han So-hee Terhadap <i>Brand Image</i> SOMETHINC (Sumber: Olahan Peneliti).....</b>	<b>67</b>