



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP
BRAND IMAGE EMINA KOSMETIK
(Survei Pada *Followers* Nasya Marcella)**

SKRIPSI



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Glendra Dwi Putri

14140110257

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2018

**THE IMPACT OF BRAND AMBASSADOR
TOWARDS BRAND IMAGE EMINA COSMETICS
(Survey on Nasya Marcella's Followers)**

THESIS



Submitted as requirement to earn
Communication Degree (S.I.Kom.)

Glendra Dwi Putri

14140110257

COMMUNICATION MAJOR
COMMUNICATION FACULTY

MULTIMEDIA NUSANTARA UNIVERSITY
TANGERANG

2018

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 6 Agustus 2018



Glenda Dwi Putri

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP

BRAND IMAGE EMINA KOSMETIK

(Survei Pada *Followers* Nasya Marcella)”

oleh

Glendra Dwi Putri

telah diujikan pada hari Kamis, 26 Juli 2018, pukul 14.30 s.d. 16.00 dan

dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Wildan Hakim, M.Si.

Penguji Ahli



Dr. Mochammad Kresna N., S.Sos., M. Si.

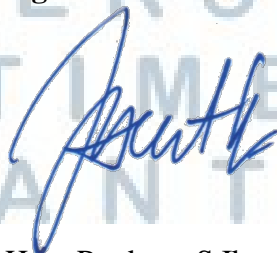
Dosen Pembimbing



Cheryl Pricilla Bensa, S.I.Kom., M.A.

Disahkan oleh


Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.



HALAMAN PERSEMBAHAN



Terpujilah Tuhan, karena Ia telah
mendengar suara permohonanku.

Tuhan adalah kekuatanku dan perisaiku,

kepada-Nya hatiku pereaya.

Aku tertolong sebab itu beria-ria hatiku,

dan dengan nyangianku

aku bersgukur kepada-Nya.

Mazmur 28 : 6-7

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan anugerah-Nya penelitian skripsi yang berjudul “PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP *BRAND IMAGE* EMINA KOSMETIK (Survei Pada *Followers* Nasya Marcella)” ini dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian ini merupakan kewajiban penulis dalam memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) di Universitas Multimedia Nusantara.

Penyusunan penelitian ini memberikan banyak pengetahuan dan pengalaman baru kepada penulis yang belum pernah penulis rasakan di mata kuliah lainnya. Penyusunan penelitian ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang berperan mendukung penulis, oleh karena itu penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Cheryl Pricilla Bensa, S.I.Kom., M.A., dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta bimbingan untuk penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Dr. Mochammad Kresna Noer, M. Si., selaku dosen penguji dan Bapak Wildan Hakim, M.Si., selaku ketua sidang yang telah memberikan kritik serta saran selama melakukan revisi, sehingga laporan ini terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Kedua orang tua, kakak penulis Glennys Putri, S.Ds., dan adik penulis Glenn Jeremy Wisely yang selalu memberikan masukan, menguatkan dan memberikan dukungan kepada penulis dalam menyusun penelitian ini.
5. James Alvin Nugroho, S.Sn., yang selalu menjadi *partner* untuk bertukar pikiran, memberikan saran serta dukungan selama penulis menyusun penelitian ini.

6. Teman-teman seperjuangan yang saling memberikan semangat serta cerita saat menyusun penelitian ini dan menjalani kehidupan perkuliahan selama delapan semester, yaitu Verensia, Octaviani Rudianto, Zenia A. Widodo, Philline Novenica, Meutia Ersya Anindita, Joshua Adrian Bahar, Arya Pratama Tanzil, Christopher Alexander dan Austin.

Penulis menyadari adanya kekurangan pada penelitian ini, oleh karena itu penulis terbuka dalam menerima kritik dan saran yang dapat membangun untuk memperbaiki penelitian ini agar menjadi lebih baik. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi para pembacanya.

Tangerang, 6 Agustus 2018

Penulis

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP
BRAND IMAGE KOSMETIK
(Survei Pada *Followers* Nasya Marcella)**

ABSTRAK

Oleh: Glennda Dwi Putri

Meningkatnya pemakaian kosmetik sebagai sarana untuk merias wajah menjadikan sejumlah perusahaan kosmetik di Indonesia kini berebut *market share* yang ada. Salah satu produsen kosmetik ternama di Indonesia, yaitu PT. Paragon Technology and Innovation telah mengembangkan tiga *brand* dengan kelas yang berbeda-beda diantaranya adalah Make Over, Wardah dan Emina. Emina memiliki target kelas menengah, dengan spesifikasi target yang ingin dijangkau yaitu anak-anak remaja. Produk Emina dibuat unik untuk anak remaja dan harganya yang terjangkau. Emina menggunakan seorang *brand ambassador*, Nasya Marcella untuk meningkatkan *brand image*-nya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *brand ambassador* yang dimiliki oleh Emina memiliki pengaruh terhadap *brand image*-nya serta mengetahui seberapa besar pengaruh tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatif untuk menguji teori atau hipotesis penelitian yang sudah ada, kemudian menggunakan kuesioner dan studi kepustakaan untuk pengumpulan datanya. Responden dalam penelitian ini adalah wanita remaja berusia 15-25 tahun yang menjadi salah satu *followers* dari Nasya Marcella sejumlah 400 orang. Hasil pada penelitian ini, *brand ambassador* dan *brand image* memiliki korelasi kuat (0,655). Selain itu, 42,9% *brand image* Emina Kosmetik ditentukan oleh *brand ambassador*-nya dan 57,1% lainnya ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci : kosmetik, *brand ambassador*, *brand image*

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR DIAGRAM	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Kegunaan Penelitian	9
1.5.1. Kegunaan Akademis	9
1.5.2. Kegunaan Praktis	9
1.5.3. Kegunaan Sosial	10
BAB II KERANGKA TEORI	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Kerangka Konsep	14
2.2.1. Public Relations	14
2.2.1.1. Tujuan Public Relations	15
2.2.1.2. Jenis Praktik Public Relations	16
2.2.2. <i>Brand Ambassador</i>	18
2.2.2.1. Karakteristik <i>Brand Ambassador</i>	18
2.2.2.2. Manfaat <i>Brand Ambassador</i>	19

2.2.3. Hubungan <i>Brand Ambassador</i> dengan <i>Brand Image</i>	20
2.2.4. <i>Brand</i> (Merek).....	21
2.2.4.1. Fungsi <i>Brand</i>	23
2.2.4.2. Kategori <i>Brand</i>	24
2.2.5. <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	25
2.2.5.1. Manfaat <i>Brand Image</i>	26
2.2.5.2. Indikator <i>Brand Image</i>	26
2.3. Hipotesis	27
2.4. Alur Penelitian.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1. Jenis dan Sifat Penelitian.....	29
3.2. Metode Penelitian.....	30
3.3. Populasi dan Sampel.....	31
3.3.1. Populasi	31
3.3.2. <i>Sampling</i>	33
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	35
3.5. Teknik Pengumpulan Data	38
3.5.1. Data Primer	38
3.5.2. Data Sekunder	39
3.6. Teknik Pengukuran Data	40
3.6.1. Uji Validitas	40
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	43
3.7. Teknik Analisa Data	45
3.7.1. Uji Koefisien Korelasi.....	46
3.7.2. Analisis Regresi Linear Sederhana	46
3.7.3. Uji Hipotesis.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Objek Penelitian	49
4.1.1. Profil Emina Kosmetik.....	49
4.1.2. Profil <i>Brand Ambassador</i> Emina	51

4.2. Analisis Univariat	52
4.2.1. Hasil Uji Normalitas.....	53
4.2.2. Analisis Data Responden	54
4.2.3. Variabel <i>Brand Ambassador</i>	58
4.2.4. Variabel <i>Brand Image</i>	72
4.3. Analisis Multivariat	90
4.3.1. Uji Hipotesis.....	90
4.3.2. Uji Koefisien Korelasi.....	91
4.3.3. Uji Koefisien Determinasi.....	93
4.3.4. Uji Regresi dan Hipotesis.....	93
4.3.5. Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	95
4.3.6. Besar Pengaruh Dimensi X Terhadap Variabel Y	96
4.4. Keterbatasan Penelitian	97
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	98
5.1. Simpulan.....	98
5.2. Saran	99
5.2.1. Saran Akademis.....	99
5.2.2. Saran Praktis.....	100
Daftar Pustaka	xvi
Lampiran	vi



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Akun Instagram Nasya Marcella.....	32
Gambar 3.2 Jumlah Followers Nasya Marcella.....	32
Gambar 4.1 Logo Emina.....	50
Gambar 4.2 <i>Brand Positioning</i> Emina Cosmetics.....	51

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Fungsi Merek	23
Bagan 2.2 Alur Penelitian	28

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Respon mengenai Emina.....	57
Diagram 4.2 Respon mengenai <i>Brand Ambassador</i>	57
Diagram 4 3 Respon mengenai <i>Followers Instagram</i>	58

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	37
Tabel 3.2 Skala Likert	39
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X	41
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y	42
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	44
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	44
Tabel 3.7 Nilai Koefisien Korelasi	46
Tabel 4.1 Uji Normalitas	53
Tabel 4.2 Rentang Usia Responden	54
Tabel 4.3 Status atau Pekerjaan Responden	55
Tabel 4.4 Penghasilan (Uang Saku) Responden	56
Tabel 4.5 Variabel X1.1	59
Tabel 4.6 Variabel X1.2	60
Tabel 4.7 Variabel X1.3	61
Tabel 4.8 Variabel X1.4	62
Tabel 4.9 Variabel X2.1	63
Tabel 4.10 Variabel X2.2	64
Tabel 4.11 Variabel X2.3	65
Tabel 4.12 Variabel X2.4	66
Tabel 4.13 Variabel X3.1	67
Tabel 4.14 Variabel X3.2	68
Tabel 4.15 Variabel X3.3	69
Tabel 4.16 Variabel X3.4	70
Tabel 4.17 Tabulasi Pernyataan Responden	71
Tabel 4.18 Variabel Y1.1	72
Tabel 4.19 Variabel Y1.2	73
Tabel 4.20 Variabel Y1.3	74
Tabel 4.21 Variabel Y1.4	75

Tabel 4.22 Variabel Y1.5	76
Tabel 4.23 Variabel Y2.1	77
Tabel 4.24 Variabel Y2.2	78
Tabel 4.25 Variabel Y2.3	79
Tabel 4.26 Variabel Y2.4	80
Tabel 4.27 Variabel Y2.5	81
Tabel 4.28 Variabel Y2.6	82
Tabel 4.29 Variabel Y3.1	83
Tabel 4.30 Variabel Y3.2	84
Tabel 4.31 Variabel Y3.3	85
Tabel 4.32 Variabel Y3.4	86
Tabel 4.33 Variabel Y3.5	87
Tabel 4.34 Variabel Y3.6	88
Tabel 4.35 Tabulasi Pernyataan Responden	89
Tabel 4.36 Nilai Koefisien Korelasi.....	91
Tabel 4.37 Uji Korelasi	92
Tabel 4.38 Model Summary.....	93
Tabel 4.39 Anova	94
Tabel 4.40 Coefficients	95
Tabel 4.41 Besar Pengaruh Dimensi X Terhadap Variabel Y	96

