

ABSTRAK

Saat ini, pasar kosmetik dan perawatan tubuh bukan hanya mengincar konsumen wanita, namun dengan seiring perkembangan jaman dan gaya hidup, para kaum pria juga membutuhkan produk perawatan. Perusahaan kosmetik yang dulu hanya mengincar konsumen wanita, kini mulai berlomba mengeluarkan produk perawatan pria, salah satunya adalah produk pencuci muka vaseline men. Produk pembersih wajah banyak dilirik oleh para pria yang kebanyakan tinggal di kota-kota besar.

Atas dasar uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berlokasi di Universitas Kristen Maranatha yang bertujuan untuk meneliti mengenai PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE (Studi Kasus Pada Brand Ambassador Ariel “Noah” Pada Produk Vaseline Men di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode survey dengan menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan data-data yang diperlukan sebanyak 200 orang responden. Untuk membuktikan pengaruh brand ambassador terhadap brand image, maka dalam penelitian ini digunakan perhitungan statistik dengan perhitungan regresi linier. Dari hasil perhitungan statistik dengan perhitungan regresi yang telah dilakukan melalui program SPSS 20.00 maka diperoleh hasil, secara langsung Brand Ambassador memiliki pengaruh terhadap Brand Image sebesar 51,7%.

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara brand ambassador terhadap brand image, maka kenaikan ataupun penurunan salah satu dari masing-masing variabel tersebut akan menaikkan atau menurunkan variabel lainnya karena pengaruhnya positif.

Kata kunci : Brand Ambassador, Brand Image

ABSTRACT

Currently, the market cosmetics and body care not only targeting female consumers, but with as the development time and lifestyle, the men also need care products. Cosmetics company that used to only targeting female consumers, are now beginning to compete out products perawalan men, one of which is a face wash products vaseline men. Cleaning products face many ogled by the men who live mostly in big cities.

On the basis of the description above, the authors are interested in conducting research located at Maranatha Christian University which aims to examine the EFFECT OF BRAND AMBASSADOR TO BRAND IMAGE (Case study Brand Ambassador Ariel "Noah" On Vaseline Men Product Management Faculty of Economics at Maranatha Christian University).

In this study the authors used survey method by distributing questionnaires to obtain data required 200 respondents. To prove the effect of brand ambassador of the brand image, so in this study used statistical calculations with the calculation of linear regression. From the results of statistical calculations with a regression calculation has been done through SPSS 20:00 of the obtained results, it langasung Brand Ambassador has an influence on the Brand Image of 51.7%.

From the above explanation shows that a significant difference between the brand ambassador of the brand image, the increase or decrease in one of each of these variables will raise or lower the other variables because of the positive effects

Key word : Brand Ambassador, Brand Image

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN	iv
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	6
2.1 Kajian Teoritis	6
2.1.1 Pemasaran	6
2.1.2 Bauran Pemasaran	8
2.1.3 Merek	12
2.2 Kerangka Pemikiran	27
2.3 Kerangka Teoritis	27
2.4 Penelitian Terdahulu	35

2.5 Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian	37
3.3 DOV	38
3.4 Populasi dan Sampel.....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Uji Instrumen	44
3.7 Uji Data.....	45
3.8 Metode Analisis Data	46
3.9 Kriteria Pengujian Hipotesis	47
Bab IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Hasil Penelitian	48
4.2 Pernyataan Responden mengenai penggunaan Ariel “NOAH” sebagai Brand Ambassador Vaseline Men	51
4.3 Pernyataan Responden mengenai Brand Image dalam hubungannya dengan penggunaan Ariel “NOAH” sebagai Brand Ambassador Vaseline Men.....	59
4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	63
4.5 Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	67
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis	71
4.2 Pembahasan.....	73
BAB V PENUTUP	77
5.1 Simpulan	77
5.2 Keterbatasan Penelitian	80
5.3 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Empat Komponen P dalam Bauran Pemasaran.....	8
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 2.3 Kerangka Teoritis	33
Gambar 2.4 Model Penelitian.....	34

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1 Tabel DOV.....	38
Table 4.1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Table 4.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Table 4.3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	50
Table 4.4 Tabel Ariel “NOAH” adalah selebrity yang terkenal.....	51
Table 4.5 Tabel Ariel “NOAH” adalah artis yang sangat berprestasi.....	52
Table 4.6 Tabel Ariel Anda sangat mengenal Ariel “NOAH” sebagai artis yang memiliki keterampilan dan keahlian yang sangat baik.....	53
Table 4.7 Tabel Ariel “NOAH” memiliki integritas yang baik sebagai artis papan atasIndonesia.....	53
Table 4.8 TabelAriel “NOAH” memiliki prestasi luar biasa baik di dalam negeri mauppun luar negeri yang tepat disandingkan dengan citra Vaseline Man.....	54
Table 4.9 Tabel Ariel “NOAH” merupakan artis yang tepat dengan citra ganteng maksimal Vaseline Man dalam bentuk citra diri.....	55
Table 4.10 Tabel Anda memandang bahwa Ariel “NOAH” sesuai dengan citra laki-laki ganteng maksimal yang didapat dengan menggunakan Vaselin Man.....	55
Table 4.11 Tabel Vaseline Man berhasil membentuk citra kepada masyarakat untuk menggunakan produk pembersih wajah khusus laki - laki.....	56
Table 4.12 Tabel Ariel “NOAH” memiliki daya tarik yang luar biasa.....	57
Table 4.13 Tabel Anda sangat suka dengan Ariel “NOAH”.....	57
Table 4.14 Tabel Ariel “NOAH” dapat menarik perhatian yang sangat besar.....	58
Table 4.15 Tabel Ariel “NOAH” memiliki kualitas yang baik sebagai duta iklan Vaselin Man.....	59
Table 4.16 Tabel Vaseline Man merupakan jenis pembersih wajah yang banyak dikenal.....	60
Table 4.17 Tabel Vaseline Man merupakan jenis pembersih wajah yang mampu memberikan kebersihan wajah maksimal.....	60
Table 4.18 Tabel Vaseline Man merupakan merek pembersih wwajah yang sangat kuat menarik keinginan untuk menggunakannya.....	61
Table 4.19 Tabel Vaseline Man sangat kuat dalam membentuk citra sebagai pembersih wajah yang dapat membuat ganteng maksimal.....	62
Table 4.20 Tabel Vaseline Man memiliki keunikan dibanding dengan pembersih wajah lainnya.....	62
Table 4.21 Tabel Vaseline Man memiliki keunikan dalam memberikan wajah bersih dan cerah.....	63
Table 4.22 Tabel Hasil Uji Validitas Akhir.....	64
Table 4.23 Tabel Hasil Uji Koefisien Reliabilitas.....	66
Table 4.24 Tabel Hasil Uji Normalitas.....	68
Table 4.25 Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69
Table 4.26 Tabel Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Sederhana.....	70
Table 4.27Tabel Model Summary dan ANOVA.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner Penelitian	
Lampiran B Data Frekuensi	
Lampiran C Validitas.....	
Lampiran D Reliabilitas	
Lampiran E Asumsi Klasik	
Lampiran F Hipotesis.....	