

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* AGNES MONICA TERHADAP
BRAND IMAGE VIVO SMARTPHONE
(Studi Kasus Pengunjung Bekasi Cyber Park)**

***THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR AGNES MONICA ON VIVO
SMARTPHONE BRAND IMAGE*
(Case Study of Bekasi Cyber Park Visitors)**

Oleh:

**HARYATI
2014410102**

SKRIPSI

**Untuk memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Ekonomi KosentrasiManajemen pada
Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

JAKARTA

2019

LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Haryati

NIM : 20141410102

Jurusan Permintaan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **pengaruh brand ambassador agnes monica terhadap brand image vivo smartphone (studi kasus pengunjung bekasi cyber park)** yang dibimbing oleh Ibu Resa Nurlaela Anwar,SE,MM, adalah benar merupakan karya tulis sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun sebagian dari hasil karya tulis orang lain.

Apabila dikenakan hari ternyata ditemukan ketidak sesuaian dengan ini pernyataan ini, maka penulis bersedia mempertanggung jawabkannya.

Jakarta, 23 Agustus 2019

Penulis

LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

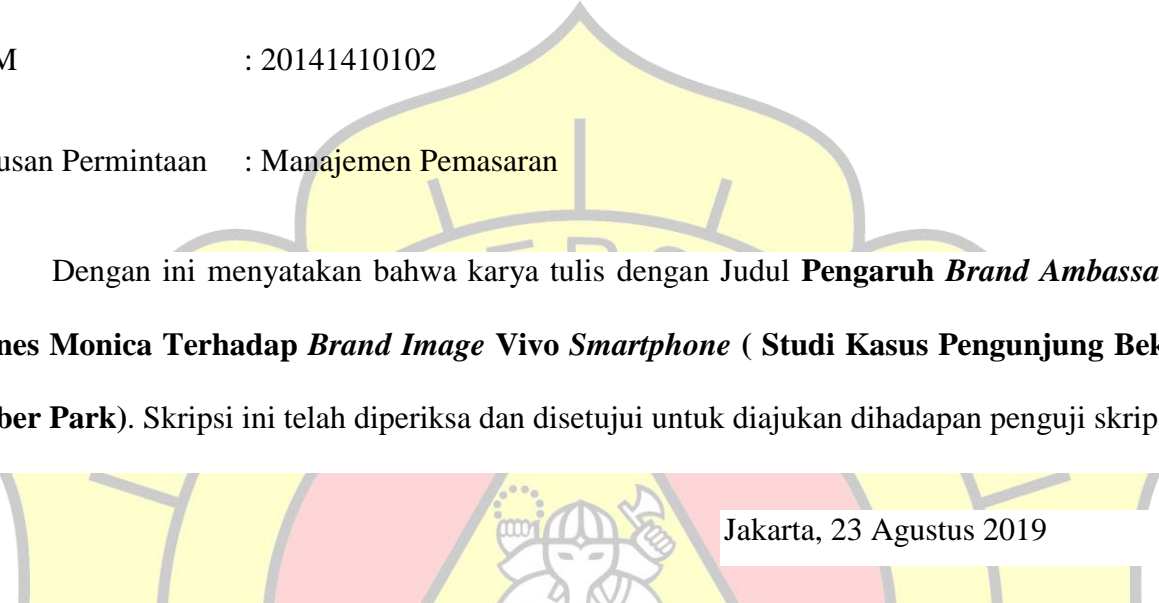
Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Haryati

NIM : 20141410102

Jurusan Permintaan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan Judul **Pengaruh *Brand Ambassador* Agnes Monica Terhadap *Brand Image* Vivo Smartphone (Studi Kasus Pengunjung Bekasi Cyber Park)**. Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dihadapan penguji skripsi.



Jakarta, 23 Agustus 2019

Mengetahui,

Menyetujui,

Dian anggraeny Rahim, SE,M,Si

Ketua Jurusan Manajemen

Resa Nurlaela Anwar,SE,MM,

Pembimbing

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* AGNES MONICA TERHADAP
BRAND IMAGE VIVO SMARTPHONE
(Studi Kasus Pengunjung Bekasi Cyber Park)**

***THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR AGNES MONICA ON VIVO
SMARTPHONE BRAND IMAGE*
(Case Study of Bekasi Cyber Park Visitors)**

Oleh:

**HARYATI
2014410102**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana dalam ilmu
Ekonomi Kosentrasi Manajemen pada
Universitas Darma Persada
telah disetujui oleh tim penguji pada tanggal
seperti tertera dibawah ini:
Jakarta, 23 Agustus 2019

**Resa Nurlaela Anwar,SE,MM,
Pembimbing**

**Dr. Firsan Nova, SE,MM
Penguji I**

**Ellena Nurfazria Handayani,SE,MM
Penguji II**

**Resa Nurlaela Anwar, SE,MM
Penguji III**

**Dr.Ir.Mu'man Nuryana, M.Sc
Dekan Fakultas Ekonomi**

**Dian Anggraeny Rahim, SE, M.Si
Ketua Jurusan Manajemen**

ABSTRAK

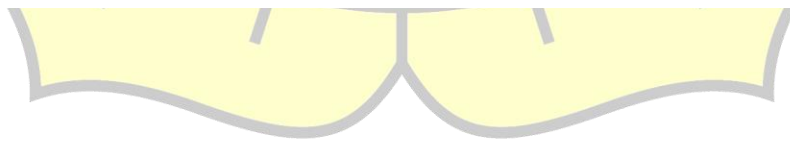
Nama : Haryati, Nim: 2014410102, Judul : Pengaruh Brand Ambassador Agnes Monica Terhadap Brand Image Vivo Smartphone (Studi Kasus Pengunjung Bekasi Cyber Park).

Penelitian ini dibuat untuk melihat bagaimana *Brand ambassador* sangat berperan dalam membantu kelancaran aktifitas pemasaran baik secara local maupun, *brand ambassador* akan membantu membuat hubungan emosional yang lebih kuat antara sebuah merek/ perusahaan dengan konsumen sehingga secara tidak langsung akan membangun *Brand Image* terdampak terhadap pemakaian produk. Dan akan berdampak pada pikiran konsumen terhadap merek produk itu sendiri.

Penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif, metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan kausalitas. Dengan 100 responden sebagai objek penelitian, adalah responden pengunjung beksi cyber park yang menggunakan vivo smart phone dan telah melihat iklan vivo versi agnes monica selama tiga bulan terakhir. Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert dengan menggunakan teknik pengujian data peneliti Uji validitas dan reliabilitas. Dengan sampel 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana Variabel yang diteliti adalah *brand ambassador* sebagai variabel independen serta *brand image* Sebagai variabel dependen.

Berdasarkan hasil kajian diketahui bahwa variabel *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap variabel *brand image*, sedangkan hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif dengan persentase sebesar 21.7% maka dapat disimpulkan bahwa hubungan kedua variabel tersebut searah dan variabel *brand ambassador* berpengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel *brand image*.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Regresi Linier Sederhana.



ABSTRACT

Name: Haryati, Nim: 2014410102, Title: The Influence of Agnes Monica's Brand Ambassador on the Vivo Smartphone Brand Image (Case Study of Bekasi Cyber Park Visitors).

This research was made to see how Brand Ambassadors are very instrumental in helping smooth marketing activities both locally and, Brand Ambassadors will help create a stronger emotional connection between a brand / company with consumers so that it will indirectly build a Brand Image impacted on product usage. And will have an impact on the minds of consumers on the product brand itself.

This research is descriptive and verification, the method used is descriptive and causality. With 100 respondents as the object of research, respondents were users of the cyber park bekasijung who used vivo smart phones and had seen Agnes monica versions of vivo ads for the past three months. The scale used in this study is the Likert scale using the data testing technique of the researcher Test the validity and reliability. With a sample of 100 respondents. The data analysis technique used is simple linear regression analysis. The variables studied were brand ambassador as the independent variable and brand image As the dependent variable.

Based on the results of the study note that the brand ambassador variable significantly influence the brand image variable, while the results of the simple linear regression test shows that there is a very strong and positive relationship with a percentage of 21.7%, it can be

concluded that the relationship between the two variables is unidirectional and the brand ambassador variable has direct and significant to brand image variables

Keywords: Brand Ambassador, Brand Image, Simple Linear Regression.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat yang telah diberikan kepada penulis, baik berupa kesehatan fisik dan mental sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang merupakan salah satu pertanyaan untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Darma Persada Jakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan hingga memungkinkan skripsi ini terwujud ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Resa Nurlaela Anwar,SE,MM, selaku dosen pembimbing atas segala saran, inputan dan kritikan yang berguna dalam proses penyelesaian skripsi.
2. Bapak Dr. Ir. Mu'man Nuryaman, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

3. Ibu Dian Anggraeny, SE,M.Si, selaku ketua jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Bapak Firsan Nova, SE,MM, terima kasih atas motivasi yang telah diberikan sehingga menjadi semangat bagi penulis menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada kedua orang tua, kakak, adik, sepupu, saudara, dan keluarga besar saya yang telah memberikan semangat, saran motivasi, dan do'a kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman – teman seperjuangan angkatan 2014 dan 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
7. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini. Mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan, penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang dapat membangun penulis sangat diharapkan dan kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 23 Agustus 2019

Penulis