

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING
Skripsi, Juli 2022**

**VITRIA HANDAYANI
2018140017**

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR ANGGA YUNANDA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ICE CREAM JOYDAY
(Survei pada followers akun Instagram @anggayunandareal16)**

ABSTRAK

Selebriti yang dipilih sebagai Brand Ambassador merupakan orang-orang yang memiliki kualitas ataupun yang memiliki kapasitas untuk menarik perhatian konsumen. Selebriti dipercaya sebagai salah satu faktor keyakinan konsumen untuk suatu produk tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Brand Ambassador Angga Yunanda dalam produk *Ice Cream Joyday*. 2) Keputusan Pembelian *Ice Cream Joyday* pada followers Instagram Angga Yunanda. 3) Mengukur pengaruh Brand Ambassador Angga Yunanda pada produk *Ice Cream Joyday* pada followers Instagram nya tersebut. Teori yang di gunakan yaitu Brand Ambassador yang meliputi, *Visibility*, *Credibility*, *Attraction*, dan *Power*. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survey bersifat eksplanatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang diberikan kepada 90 responden pada followers akun Instagram @anggayunandareal16. Pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Metode pengambilan kuesioner yang digunakan yaitu *sample random sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh Brand Ambassador Angga Yunanda secara keseluruhan merespon baik (setuju), dari semua pernyataan variabel Y di kuesioner penelitian, hasil perhitungan dari data penelitian ini didapat bahwa nilai t-hitung 10,437 yang dimana lebih besar dari nilai t-tabel 1,661. Karena t-hitung lebih besar dari t-tabel maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, dan besarnya pengaruh Brand Ambassador Angga Yunanda memiliki hubungan positif dan kuat sebesar 0,744 terhadap Keputusan Pembelian followers Instagram @anggayunandareal16 dengan persentase Brand Ambassador mempengaruhi Keputusan Pembelian 55,4%, sementara sisanya yaitu 44,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Brand Ambassador, Keputusan Pembelian, Followers, Instagram

Referensi : 10 Buku + 5 Jurnal + 9 Website

Dosen Pembimbing : Velda Ardia, S.I.Kom, M.Si