

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI ADVERTISING

Skripsi, 2023

Fiqih Jati Panglipur

2018140117

Pengaruh *Brand Ambassador* Mesut Ozil Terhadap Keputusan Pembelian Produk Concave Indonesia (Survey pada Followers akun Instagram Concave Indonesia @concaveid)

xix + 81 Halaman + 48 Tabel + 5 Gambar + 6 Lampiran

ABSTRAK

Perusahaan di Indonesia saat ini sedang menghadapi persaingan yang sangat ketat. Untuk dapat memenangkan persaingan perusahaan harus berorientasi ke pemasaran, dan hanya terfokus pada produk saja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur penggunaan *Brand Ambassador* “Mesut ozil” Produk Concave Indonesia Terhadap keputusan pembelian pada *followers* akun @millssportid sekaligus pengaruh dari *Brand Ambassador* Produk Concave Indonesia terhadap keputusan pembelian *followers* akun @concaveid. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi pemasaran dari Kotler & Keller, *Brand Ambassador* dari Lea Greenwood, keputusan pembelian menggunakan teori Kotler & Amstrong.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei dengan pendekatan kuantitatif, dalam penelitian ini populasi sebanyak 394 dari *followers* aktif akun Instagram @concaveid yang memberikan *like* dan komentar pada postingan Instagram Concave Indonesia serta pernah melakukan pembelian produk Concave Indonesia, perolehan sampel menjadi 80 responden dengan menggunakan perhitungan slovin. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner *google form*. Teknik sampling menggunakan *probability sampling* dengan *simple random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *Brand Ambassador* terhadap keputusan pembelian. Perolehan nilai t hitung sebesar $15,660 > t$ tabel 1,664. Pada koefisien determinasi R square (R^2) menunjukkan angka 75,86% sementara sisanya yaitu sebesar 24,14% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian, Media Sosial, dan Instagram.

Referensi : 12 Buku, 4 Jurnal, dan 5 Website

Pembimbing : Jamiati KN, S.I.Kom., M.Si.