

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang meneliti mengenai pengaruh *brand ambassador* Refal Hady terhadap *brand image* Avoskin. Avoskin merupakan merek lokal produk kecantikan dan perawatan kulit yang terbuat dari bahan alami yang menggunakan kemasan yang ramah lingkungan dengan menawarkan berbagai macam produk perawatan kulit.

Penelitian ini dilakukan di media sosial instagram @avoskinbeauty dengan jumlah sampel sebanyak 83 responden yang memiliki kriteria yaitu *followers* aktif dari akun @avoskinbeauty, aktif sebagai pengguna Instagram, pernah memberikan komentar pada postingan akun Instagram pada periode 6 july 2022. Pengumpulan data dipeorleh dengan penyebaran kuesioner melalui google form, penyebaran dilakukan secara online melalui media sosial melalui *direct message* kepada pengguna instagram @avoskinbeauty yang memenuhi kriteria mulai tanggal 19 Mei sampai dengan 19 Juni 2023 sesuai dengan perhitungan sampel.

Dari data-data yang terkumpul tersebut selanjutnya dilakukan identifikasi berdasarkan usia, jenis kelamin dan pendapatan untuk memahami karakteristik responden. Selanjutnya, data di analisis menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana dengan bantuan software IBM SPSS 27.

#### **1. Tentang Avoskin**

Avoskin merupakan *brand* produk kecantikan lokal Indonesia yang diproduksi oleh PT AVO *Innovation & Technology* yang didirikan oleh Anugrah Pakerti. Inovasi PT AVO didirikan di Yogyakarta pada tanggal 10 Oktober 2014, dengan tujuan menghadirkan produk kecantikan untuk perawatan kulit yang terbuat dari bahan alami mengurangi bahan-bahan

yang dapat merusak bumi. Seiring dengan perkembangannya, perusahaan terus berlanjut berinovasi melalui proses dan pengalaman yang sudah dialami.

Avoskin salah satu merek lokal produk kecantikan dan perawatan kulit yang terbuat dari bahan-bahan alami dan juga menggunakan kemasan yang ramah lingkungan. Avoskin mempersembahkan produknya keindahan alam abadi dari tradisi serta mengolahnya menjadi produk yang dapat memberikan hasil yang terlihat pada kulit.



**Gambar 4.1 Logo Avoskin**

Sumber : Instagram.com (2023)

Logo avoskin mempunyai makna sebagai representasi konsep natural dengan bahan yang aktif. Avoskin memiliki tagline “*Inspired by Nature, Created from Nature*” yang bermakna bahwa Avoskin memiliki tujuan untuk membantu setiap wanita menjaga dan memelihara kecantikan mereka sepanjang hidup serta memahami bahwa kecantikan adalah hal yang penting dalam hidup dan membantu setiap wanita untuk memelihara kecantikan kulit sepanjang waktu.

Adapun tagline produk Avoskin yaitu “Pesona Cantik Alami” atau dikenal dengan pesona keindahan alam. Hal ini menjadi alasan bahwa produk Avoskin memiliki nilai yang kuat terhadap konsep green beauty dan ramah lingkungan yang selalu berupaya untuk melindungi alam. Melalui tagline ini, produk tersebut terus memberdayakan dan menyebarkan semangat positif kepada seluruh wanita untuk berani dan menginspirasi dengan kecantikan alami yang berasal dari dalam.

## 4.2 Hasil Penelitian

### 4.2.1 Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden. Untuk mengetahui gambaran responden terhadap *Brand Ambassador Refal Hady* terhadap *Brand Image Avoskin*, penelitian dilakukan melalui *direct message* pada *followers* Instagram @avoskinbeauty, pada tanggal 31 May 2023. Dalam penelitian ini responden diwajibkan mengisi 3 (tiga) buah pertanyaan yang telah dibagi menjadi beberapa kategori, sebagai berikut:

a. Usia

**Tabel 4.1**  
**Usia**

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
15-20	1	1.2%
21-25	50	60.2%
26-30	29	34.9%
31-35	3	3.6%
<b>Jumlah</b>	83	100%

Sumber: Hasil penelitian bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel usia diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100%. Dapat diketahui responden berusia 15-20 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 1.2%, berusia 21-25 tahun sebanyak 50 orang dengan persentase 60.2%, berusia 26-30 tahun sebanyak 29 orang dengan persentase 34.9% dan yang berusia 31-35 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 3.6%. Dari data yang telah diperoleh dalam penelitian ini, responden didominasi oleh orang yang berusia 21-25 tahun.

b. Jenis Kelamin

**Tabel 4.2**  
**Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	-	-
Perempuan	83	100%
<b>Jumlah</b>	83	100%

Sumber: Hasil penelitian bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel jenis kelamin diatas, dari seluruh responden jenis kelamin yang paling banyak perempuan sebanyak 83 orang dengan persentase 100%, dari data tersebut diperoleh bahwa penelitian ini responden didominasi oleh perempuan.

c. Pendapatan

**Tabel 4.3**  
**Pendapatan**

<b>Pendapatan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
500.000-1.500.00	16	19.3%
1.500.000-2.000.000	22	26.5%
2.000.000-2.500.00	21	25.3%
2.500.000-3.000.000	11	13.3%
Lainnya	13	15.7%
<b>Jumlah</b>	83	100%

Sumber: Hasil penelitian bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel pendapatan yang dimiliki oleh responden saat ini, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui bahwa pendapatan terkisar 500.000-1.500.000 sebanyak 16 orang dengan persentase 19.3%, pendapatan 1.500.000 - 2.000.000 sebanyak 22 orang dengan persentase 26.5%, pendapatan 2.000.000-2.500.000 sebanyak 21 orang dengan persentase 25.3%, pendapatan 2.500.000-3.000.000 sebanyak 11 orang dengan persentase 13.3%. pendapatan lainnya sebanyak 13 orang dengan persentase 15.7%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini responden didominasi oleh orang yang memiliki pendapatan 1.500.000-2.000.000.

**4.2.2 Pernyataan Variabel X (*Brand Ambassador*)**

Pada variable (X) ini menggunakan 4 (empat) dimensi, yaitu: Transparansi, Kesesuaian, Kredibilitas, Daya Tarik yang disusun sebanyak 24 (dua puluh empat) item pernyataan dengan hasil penilaian sebagai berikut:

a. Transparansi

**Tabel 4.4**  
**Brand Ambassador Mendukung Merek Terkait Profesi**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Setuju	39	47%
4.	Sangat Setuju	44	53%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 44 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 53%, 39 orang menjawab setuju dengan persentase 47%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa saya merasa Refal Hady mampu mempromosikan produk Avoskin melalui profesinya sebagai *Public Figure* yang dapat membuat *brand* semakin dikenal.

**Tabel 4.5**  
**Brand Ambassador Menggunakan Merek**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	5	6%
3.	Setuju	54	65.1%
4.	Sangat Setuju	24	28.9%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 54 orang menjawab setuju dengan persentase 65.1%, 24 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 28.9%, dan 5 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 6%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa saya merasa Refal Hady dalam aktivitasnya sebagai aktor memakai produk Avoskin yang diiklankannya.

**Tabel 4.6**  
**Mempengaruhi Konsumen Membeli Produk**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	3	3.6%
2.	Tidak Setuju	16	19.3%
3.	Setuju	35	42.2%
4.	Sangat Setuju	29	34.9%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 35 responden menjawab setuju dengan persentase 42.2%, 29 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 34.9%, 16 responden menjawab tidak setuju dengan 16 dengan persentase 19.3%, 3 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 3.6%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa saya memutuskan membeli produk Avoskin karena Refal Hady sebagai *Brand Ambassador*.

**Tabel 4.7**  
**Mempengaruhi Menggunakan Produk Yang Sama**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2.4%
2.	Tidak Setuju	14	16.9%
3.	Setuju	40	48.2%
4.	Sangat Setuju	27	32.5%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 40 responden menjawab setuju dengan persentase 48.2%, 27 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 32.5%, 14 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 16,9%, 2 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2.4%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa saya memutuskan

membeli produk Avoskin karena ingin menggunakan produk yang sama dengan Refal Hady.

**Tabel 4.8**  
**Mempengaruhi Konsumen Dalam Merasakan Manfaat**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2.4%
2.	Tidak Setuju	11	13.3%
3.	Setuju	38	45.8%
4.	Sangat Setuju	32	38.6%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 38 responden menjawab setuju dengan persentase 45.8%, 32 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 38.6%, 11 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 13.3%, 2 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2.4%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa saya tertarik membeli produk Avoskin karena ingin merasakan manfaat yang dirasakan Refal Hady.

**Tabel 4.9**  
**Keterdukungan Brand Ambassador Menyukai Produk**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1.2%
2.	Tidak Setuju	15	18.1%
3.	Setuju	42	50.6%
4.	Sangat Setuju	25	30.1%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 42 responden menjawab setuju dengan persentase 50.6%, 25 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 30.1%, 15 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 18.1%, 1 responden menjawab sangat tidak setuju dengan 1.2%. Dari data

yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konsumen tertarik membeli produk karena Refal hady sebagai *brand ambassador* menyukai produk Avoskin.

b. Kesesuaian

**Tabel 4.10**  
**Keterdukungan Memakai Skincare**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	4	4.8%
3.	Setuju	45	54.2%
4.	Sangat Setuju	34	41%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 45 responden menjawab setuju dengan persentase 54.2%, 34 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 41%, 4 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 4.8%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas menyatakan setuju Refal Hady suka melakukan kebiasaan memakai skincare rutin sehingga cocok memilih Avoskin sebagai produk perawatan kulit.

**Tabel 4.11**  
**Kesesuaian Brand Ambassador Terhadap Brand**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	3	3.6%
3.	Setuju	44	53%
4.	Sangat Setuju	36	43.4%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 44 responden menjawab setuju dengan persentase 53%, 36 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 43.3%, 3 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 3.6%. Dari data

yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas setuju Refal Hady sebagai brand ambassador sejalan dengan Avoskin melalui perjalanan kariernya yang berusaha menghasilkan yang terbaik bagi para *skincare enthusiast*.

**Tabel 4.12**  
**Sosok Brand Ambassador Sesuai**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	3	3.6%
3.	Setuju	39	47%
4.	Sangat Setuju	41	49.4%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 41 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 49.4%, 39 responden menjawab setuju 47%, 3 responden menjawab 3.6% dengan persentase 3.6%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju sosok Refal Hady menjadi Brand Ambassador Avoskin.

**Tabel 4.13**  
**Memiliki Banyak Penggemar Wanita**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	2	2.4%
3.	Setuju	35	42.2%
4.	Sangat Setuju	46	55.4%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 46 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 55.4%, 35 responden menjawab setuju dengan persentase 42.2%, 2 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 2.4%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas menyatakan sangat setuju bahwa Refal Hady memiliki

banyak penggemar wanita sehingga sesuai sebagai brand ambassador produk skincare Avoskin.

**Tabel 4.14**  
**Jujur Dalam Menyampaikan Informasi**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	2	2.4%
3.	Setuju	44	53%
4.	Sangat Setuju	37	44.6%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 44 responden menjawab setuju dengan persentase 53%, 37 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 44.6%, 2 responden menjawab tidak setuju 2.4%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Refal Hady menyampaikan informasi secara jujur kepada konsumen mengenai produk Avoskin.

**Tabel 4.15**  
**Brand Ambassador Dapat Dipercaya**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	5	6%
3.	Setuju	46	55.4%
4.	Sangat Setuju	32	38.6%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 46 responden menjawab setuju dengan persentase 55.4%. 32 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 38.6%, 5 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 6%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa

mayoritas menyatakan setuju bahwa Refal Hady membuat saya yakin dan percaya dengan informasi yang disampaikan tentang produk Avoskin.

c. Kredibilitas

**Tabel 4.16**

**Memiliki pengetahuan tentang produk**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	5	6%
3.	Setuju	46	55.4%
4.	Sangat Setuju	32	38.6%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 46 responden menjawab setuju dengan persentase 55.4%, 32 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 38.6%, 5 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 6%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas menyatakan setuju bahwa Refal Hady memiliki pengetahuan tentang *skincare* produk Avoskin.

**Tabel 4.17**

**Memiliki Keahlian Menyampaikan Informasi Dengan Baik**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	2	2.4%
3.	Setuju	49	59%
4.	Sangat Setuju	32	38.6%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 49 responden menjawab setuju dengan persentase 59%, 32 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 38.6%, 2 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 2.4%. Dari data

yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa menurut Refal Hady menyampaikan informasi keunggulan produk dengan baik.

**Tabel 4.18**  
**Memperhatikan Penampilan**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	1	1.2%
3.	Setuju	47	56.6%
4.	Sangat Setuju	35	42.2%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 47 responden menjawab setuju dengan persentase 56.6%, 35 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 42.2%, 1 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 1.2%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Refal Hady dikenal sebagai *Public Figure* yang selalu memperhatikan dan merawat penampilan diri.

**Tabel 4.19**  
**Memiliki Kemampuan Yang Dapat Dipercaya**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	2	2.4%
3.	Setuju	51	61.4%
4.	Sangat Setuju	30	36.1%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 51 responden menjawab setuju dengan persentase 61.4%, 30 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 36.1%, 2 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 2.4%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas

menyatakan setuju bahwa Refal Hady memiliki keahlian dalam menyampaikan informasi mengenai produk Avoskin.

**Tabel 4.20**  
**Sosok Yang Jujur Dan Tidak Berlebihan**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	3	3.6%
3.	Setuju	48	57.8%
4.	Sangat Setuju	32	38.6%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 48 responden menjawab setuju dengan persentase 57.8%. 32 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 38.6%, 3 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 3.6%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa Refal Hady memiliki kemampuan dalam menyampaikan informasi secara jujur dan tidak berlebihan mengenai produk Avoskin.

**Tabel 4.21**  
**Konsumen Dapat Percaya Iklan**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	3	3.6%
3.	Setuju	52	62.7%
4.	Sangat Setuju	28	33.7%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 52 responden menjawab setuju dengan persentase 62.7%, 28 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 33.7%, 3 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 3.6%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas

menyatakan setuju bahwa saya percaya yang disampaikan oleh Refal Hady mengenai iklan produk Avoskin.

d. Daya Tarik

**Tabel 4.22**  
**Memiliki Daya Tarik Fisik Yang Menarik**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	2	2.4%
3.	Setuju	40	48.2%
4.	Sangat Setuju	41	49.4%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 41 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 49.4%, 40 responden menjawab setuju dengan persentase 48.2%, 2 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 2.4%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan sangat setuju bahwa Refal Hady merupakan aktor yang memiliki daya tarik fisik yang menarik.

**Tabel 4.23**  
**Memiliki Kepribadian Yang Menarik**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	1	1.2%
3.	Setuju	40	48.2%
4.	Sangat Setuju	42	50.6%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 42 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 50.6%, 40 responden menjawab setuju dengan persentase 48.2%, 1 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 1.2%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas

menyatakan sangat setuju bahwa Refal Hady dikenal mempunyai senyum yang memikat dan maskulin.

**Tabel 4.24**  
**Memiliki Tampilan Fisik Yang Baik**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	2	2.4%
3.	Setuju	37	44.6%
4.	Sangat Setuju	44	53%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 44 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 53%, 37 responden menjawab setuju dengan persentase 44.6%, 2 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 2.4%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan sangat setuju bahwa Refal Hady merupakan sosok individu yang memiliki ciri fisik yang baik (wajah tampan, kulit terawat) yang dapat menarik perhatian saya.

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Setuju	38	45.8%
4.	Sangat Setuju	45	54.2%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 45 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 54.2%, 38 responden menjawab setuju dengan persentase 45.8%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan sangat setuju bahwa Refal Hady merupakan sosok yang memikat hati para penggemar.

**Tabel 4.26**  
**Memiliki Penampilan Yang Menarik**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	6	7.2%
3.	Setuju	40	48.2%
4.	Sangat Setuju	37	44.6%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 40 responden menjawab setuju dengan persentase 48.2%, 37 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 44.6%, 6 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 7.2%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa Refal hady dalam iklan avoskin memberikan penampilan yang menarik perhatian saya dalam menyampaikan pesan produk.

**Tabel 4.27**  
**Menyampaikan Pesan Iklan Dengan Menarik**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	2	2.4%
3.	Setuju	40	48.2%
4.	Sangat Setuju	41	49.4%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 41 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 49.4 %, 40 responden menjawab setuju dengan persentase 48.2%, 2 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 2.4%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan sangat setuju bahwa Refal Hady dalam menyampaikan pesan iklan menarik sehingga konsumen mengetahui produk Avoskin melalui kharisma yang ditampilkannya.

#### 4.2.3 Pernyataan Variabel Y (*Brand Image*)

Pada variable (Y) ini menggunakan 3 (tiga) dimensi, yaitu: Kekuatan, Keunikan dan keuntungan yang disusun sebanyak 23 (dua puluh tiga) item pernyataan dengan hasil penelitian dengan hasil penilaian sebagai berikut:

##### a. Kekuatan

**Tabel 4.28**  
**Sosok Yang Berkarisma**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	6	7.2%
3.	Setuju	39	47%
4.	Sangat Setuju	38	45.8%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 39 responden menjawab setuju dengan persentase 47%. 38 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 45.8%, 6 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 7.2%, Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa Refal Hady dapat mempengaruhi pikiran konsumen dalam memilih produk perawatan kulit avoskin melalui kharisma yang dimilikinya.

**Tabel 4.29**  
**Mampu Berkomunikasi**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	3	3.6%
3.	Setuju	39	47%
4.	Sangat Setuju	41	49.4%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 41 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 49.4%, 39 responden menjawab setuju dengan persentase 47%, 3

responden menjawab tidak setuju dengan persentase 3.6%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa Refal Hady merupakan sosok yang mampu berkomunikasi dengan baik kepada para penggemarnya.

**Tabel 4.30**  
**Mempengaruhi Konsumen Melalui Daya Tariknya**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1.2%
2.	Tidak Setuju	1	1.2%
3.	Setuju	41	49.4%
4.	Sangat Setuju	40	48.2%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 41 responden menjawab setuju dengan persentase 49.4%, 40 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 48.2%, 1 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 1.2%, 1 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.2%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa Refal Hady adalah aktor yang dapat mempengaruhi *lifestyle* (gaya hidup) melalui daya tariknya.

**Tabel 4.31**  
**Mengikuti Trend**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	3	3.6%
3.	Setuju	47	56.6%
4.	Sangat Setuju	33	39.8%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 47 responden menjawab setuju dengan persentase 56.6%, 33 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 39.8%, 3 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 3.6%. Dari data

yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa Refal Hady merupakan sosok individu yang mengikuti trend tentang perawatan kulit.

**Tabel 4.32**  
**Memiliki Penggemar Peduli Skincare**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	3	3.6%
3.	Setuju	44	53%
4.	Sangat Setuju	36	43.4%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 44 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 53%. 36 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 43.3%, 3 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 3.6%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa Refal Hady memiliki banyak penggemar yang peduli dengan kesehatan kulit.

**Tabel 4.33**  
**Memiliki Penggemar Peduli Lingkungan**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	11	13.3%
3.	Setuju	43	51.8%
4.	Sangat Setuju	29	34.9%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 43 responden menjawab setuju dengan persentase 51.8%, 29 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 34.9%, 11 responden menjawab tidak setuju dengan menjawab dengan persentase 13.3%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini

dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa Refal Hady memiliki banyak penggemar yang melestarikan lingkungan.

**Tabel 4.34**  
**Brand Semakin Mudah Diingat**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	6	7.2%
3.	Setuju	33	39.8%
4.	Sangat Setuju	44	53%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 44 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 53%, 33 responden menjawab setuju dengan persentase 39.8%, 6 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 7.2%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan sangat setuju bahwa Avoskin semakin mudah diingat semenjak Refal Hady menjadi Brand Ambassador Avoskin.

**Tabel 4.35**  
**Produk Memiliki Kualitas Yang Baik**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	4	4.8%
3.	Setuju	42	50.6%
4.	Sangat Setuju	37	44.6%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 42 responden menjawab setuju dengan persentase 50.6%, 37 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 44.6%, 4 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 4.8%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa Avoskin sebagai merek skincare yang memiliki kualitas yang baik yang dapat bertahan dibenak konsumen.

**Tabel 4.36**  
**Produk Tidak Mengandung Bahan Berbahaya**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	1	1.2%
3.	Setuju	43	51.8%
4.	Sangat Setuju	39	47%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 43 responden menjawab setuju dengan persentase 51.8%, 39 responden menjawab sangat setuju 39 responden dengan persentase 47%, 1 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 1.2%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa saya membeli Avoskin karena produk skincare tidak mengandung zat kimia berbahaya.

**Tabel 4.37**  
**Memberikan Pesan Iklan Secara Lengkap Dan Konsisten**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	1	1.2%
3.	Setuju	36	43.4%
4.	Sangat Setuju	46	55.4%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 46 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 54.4%. 36 responden menjawab setuju dengan persentase 43.4%, 1 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 1.2%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan sangat setuju bahwa Refal Hady memberikan pesan terkait kualitas produk secara lengkap dan konsisten.

**Tabel 4.38**  
**Pesan Iklan Dapat Diterima Dengan Baik**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	3	3.6%
3.	Setuju	39	47%
4.	Sangat Setuju	41	49.4%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 41 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 49.4%. 39 responden menjawab setuju dengan persentase 47%, 3 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 3.6%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan sangat setuju bahwa Refal Hady membaik pesan tentang produk Avoskin yang dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

b. Keunikan

**Tabel 4.39**  
**Produk Memiliki Keunggulan**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	4	4.8%
3.	Setuju	40	48.2%
4.	Sangat Setuju	39	47%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 40 responden menjawab setuju dengan persentase 48.2%, 39 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 47%, 4 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 4.8%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas

menyatakan setuju bahwa saya memutuskan membeli Avoskin karena produknya yang terbuat dari bahan natural premium.

**Tabel 4.40**  
**Produk Memiliki Keunikan**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	2	2.4%
3.	Setuju	47	56.6%
4.	Sangat Setuju	34	41%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 47 responden menjawab setuju dengan persentase 56.6%, 34 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 41%, 2 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 2.4%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa saya memilih Avoskin karena menghadirkan produk dengan kemasan yang ramah lingkungan.

**Tabel 4.41**  
**Produk Sesuai Dengan Kebutuhan Konsumen**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	5	6%
3.	Setuju	44	53%
4.	Sangat Setuju	34	41%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 44 responden menjawab setuju dengan persentase 53%, 34 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 41%, 5 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 6%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa saya memutuskan memilih produk

Avoskin karena memiliki beragam rangkaian perawatan untuk wajah hingga badan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dibandingkan produk lain.

**Tabel 4.42**  
**Memiliki Kandungan Yang Berbeda**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	5	6%
3.	Setuju	47	56.6%
4.	Sangat Setuju	31	37.3%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 47 responden menjawab setuju dengan persentase 56.6%, 31 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 37.3%, 5 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 6%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa saya memutuskan memilih produk Avoskin karena memiliki kandungan yang berbeda dengan merek lain.

**Tabel 4.43**  
**Memiliki Mnnfaat Produk**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	3	3.6%
3.	Setuju	45	54.2%
4.	Sangat Setuju	35	42.3%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 45 responden menjawab setuju dengan persentase 54.2%, 35 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 42.3%, 3 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 3.6%. Dari data

yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa saya memutuskan memilih produk Avoskin karena merasakan perbedaan manfaat dari merek skincare lainnya.

**Tabel 4.44**  
**Kenggulan Dari Merek Lain**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	2	2.4%
3.	Setuju	37	44.6%
4.	Sangat Setuju	44	53%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 44 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 53%, 37 responden menjawab setuju 44.6%, 2 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 2.4%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan sangat setuju bahwa saya merasakan produk Avoskin memiliki keunggulan dari merek skincare lain.

c. Keuntungan

**Tabel 4.45**  
**Memiliki Manfaat Yang Sesuai Kebutuhan**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	3	3.6%
3.	Setuju	50	60.2%
4.	Sangat Setuju	30	36.1%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 50 responden menjawab setuju dengan persentase 60.2%,

30 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 36.1%, 3 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 3.6%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa dalam iklan Avoskin menurut saya Refal Hady menyampaikan produk Avoskin sesuai dengan manfaat yang ditawarkan untuk konsumen.

**Tabel 4.46**  
**Mendapat Kesan Yang Positif**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	3	3.6%
3.	Setuju	48	57.8%
4.	Sangat Setuju	32	38.6%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 48 responden menjawab setuju dengan persentase 57.8%, 32 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 38.6%, 3 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 3.6%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa informasi terkait produk Avoskin melibatkan Refal Hady sebagai brand ambassador memberikan kesan yang positif.

**Tabel 4.47**  
**Memiliki Kualitas Produk Yang Baik**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	2	2.4%
3.	Setuju	36	43.4%
4.	Sangat Setuju	45	54.2%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 45 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 54.2%, 36 responden menjawab setuju dengan persentase 43.4%, 2 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 2.4%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan sangat setuju bahwa saya memilih Avoskin karena kualitas produk yang baik untuk kulit.

**Tabel 4.48**  
**Membuat Konsumen Percaya**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1.2%
2.	Tidak Setuju	5	6%
3.	Setuju	40	48.2%
4.	Sangat Setuju	37	44.6%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 40 responden menjawab setuju dengan persentase 48.2%, 37 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 44.6%, 5 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 6%, 1 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.2%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa Refal Hady sebagai brand Ambassador Avoskin membuat saya percaya untuk menggunakan produk skincare Avoskin

**Tabel 4.49**  
**Manfaat Yang Diperoleh Setelah Pemakaian**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	3	3.6%
3.	Setuju	42	50.6%
4.	Sangat Setuju	38	45.8%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 42 responden menjawab setuju dengan persentase 50.6%, 38 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 45.8%, 3 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 3.6%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan setuju bahwa adanya manfaat yang dapat diperoleh setelah memakai produk Avoskin salah satunya membuat kulit tampak cerah.

**Tabel 4.50**  
**Produk Aman Digunakan**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Setuju	41	49.4%
4.	Sangat Setuju	42	50.6%
<b>Jumlah</b>		83	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 83 responden dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 42 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 50.6%, 41 responden menjawab setuju dengan persentase 49.4%. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, mayoritas menyatakan sangat setuju bahwa saya memilih Avoskin karena produk bersertifikat halal dan BPOM sangat aman sehingga tidak diragukan lagi.

#### **4.3 Rekapitulasi Variabel X dan Y**

Berikut adalah rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variable X yakni Pengaruh *Brand Ambassador* Refal Hady berdasarkan tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.51**  
**Rekapitulasi Variabel X**

No.	Pernyataan	Mean
1.	X1	3,53
2.	X2	3,23
3.	<b>X3</b>	<b>3,08</b>
4.	X4	3,11
5.	X5	3,20
6.	X6	3,10
7.	X7	3,36
8.	X8	3,40
9.	X9	3,46
10.	X10	3,53
11.	X11	3,42
12.	X12	3,33
13.	X13	3,33
14.	X14	3,36
15.	X15	3,41
16.	X16	3,34
17.	X17	3,35
18.	X18	3,30
19.	X19	3,47
20.	X20	3,49
21.	X21	3,51
22.	<b>X22</b>	<b>3,54</b>
23.	X23	3,37
24.	X24	3,47
<b>Jumlah</b>		80,69
<b>Rata-Rata</b>		3,36

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilai bahwa variabel *Brand Ambassador* tergolong tinggi (setuju), hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variabel *Brand Ambassador* (X) sebesar 3,36. Berikut adalah rekapitulasi hasil pengembangan indikator

atau komponen pendukung variable Y yaitu *Brand Image* Avoskin sebagai berikut:

**Tabel 4.52**  
**Rekapitulasi Variabel Y**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Mean</b>
1.	Y1	3,39
2.	Y2	3,46
3.	Y3	3,45
4.	Y4	3,36
5.	Y5	3,40
6.	<b>Y6</b>	<b>3,22</b>
7.	Y7	3,46
8.	Y8	3,40
9.	Y9	3,46
10.	<b>Y10</b>	<b>3,54</b>
11.	Y11	3,46
12.	Y12	3,42
13.	Y13	3,39
14.	Y14	3,35
15.	Y15	3,31
16.	Y16	3,39
17.	Y17	3,51
18.	Y18	3,33
19.	Y19	3,35
20.	Y20	3,52
21.	Y21	3,36
22.	Y22	3,42
23.	Y23	3,51
<b>Jumlah</b>		78,42
<b>Rata-Rata</b>		3,40

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilai bahwa variabel *Brand Image* tergolong tinggi (setuju), hal

ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variabel *Brand Image* (Y) sebesar 3,40.

#### 4.4 Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel independent (X) yaitu *Brand Ambassador* Refal Hady terhadap variabel dependen (Y) yaitu *Brand Image* Avoskin. Berikut adalah data hasil dari pengolahan SPSS (*Statistic Package for Social Science*) 27.0 for windows:

**Tabel 4.53**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.715 <sup>a</sup>	.511	.505	5.598

a. Predictors: (Constant), Brand Ambassador

Sumber: Hasil SPSS Versi 27

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel Independen (X) dengan satu variabel dependen (Y). R disebut sebagai koefisien korelasi antara variabel Pengaruh *Brand Ambassador* Refal Hady Terhadap *Brand Image* Avoskin dengan nilai R sebesar 0,715 yaitu diantara 0,600 – 0,799 artinya hubungan atau korelasi antara variabel *Brand Ambassador* berpengaruh tinggi atau kuat. Hal tersebut dapat dilihat dari:

1. 0,00 – 0,199 artinya sangat rendah atau lemah sekali
2. 0,200 – 0,399 artinya rendah atau lemah tapi pasti
3. 0,400 – 0,599 artinya cukup atau sedang
4. 0,600 – 0,799 artinya tinggi atau kuat
5. 0,800 – 1,000 artinya sangat tinggi atau kuat sekali

Sedangkan R *square* disebut sebagai koefisien determinasi, dapat dijelaskan bahwa nilai R *square* menunjukkan angka 0,511. Angka tersebut

dapat diartikan bahwa *Brand Image* yang disebabkan oleh Pengaruh *Brand Ambassador* Refal Hady sebesar 51.1%, sementara sisanya yaitu 48,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian. Nilai R square menunjukkan angka 0.511 atau 51.1% artinya *Brand Ambassador* Refal Hady berpengaruh terhadap *Brand Image* Avoskin. Selanjutnya, yaitu analisis uji regresi linear sederhana yaitu analisis yang bertujuan untuk memperoleh gambaran penuh antara variable X yaitu *Brand Ambassador* terhadap variabel Y yaitu *Brand Image*.

Berikut ini adalah table ANOVA yang akan menunjukkan pengaruh antara variabel X dan Y, sebagai berikut:

**Tabel 4.54**  
**Tabel ANOVA**  
**Anova<sup>a</sup>**

<b>Model</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
Regression	2651.910	1	2651.910	84.62	.000 <sup>b</sup>
Residual	2538.331	81	31.337	4	
Total	5190.241	82			

a. Dependent Variabel : *Brand Image*

b. Predictors (Constant), *Brand Ambassador*

Sumber : Hasil SPSS Versi 27

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 84.624 dengan nilai signifikansi 0,00 karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,10 yaitu  $0,00 < 0,10$  maka dapat diartikan bahwa variabel *Brand Ambassador* Refal Hady berpengaruh terhadap *Brand Image* Avoskin. Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus  $< 0,10$  karena angka probabilitas (sig)  $0,00 < 0,10$  maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh *Brand Ambassador* Refal Hady terhadap *Brand Image* Avoskin.

Untuk mengetahui persamaan regresi yang bersifat signifikan dan garis regresi berbentuk linear, maka digunakan rumus regresi linear  $Y = a + bX$ , yaitu sebagaimana dapat dilihat pada analisis berikut:

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	22.757	6.082		3.742	.000
Brand Ambassador	.690	0.75	.715	9.199	.000

a. Dependent variabel : Brand Image

Sumber : Hasil SPSS Versi 27

**Tabel 4.55**  
**Coefficients**

Berdasarkan tabel diatas dapat dibuat persamaan regresi, sebagai berikut:

Rumus Regresi Linear

$$Y = a + bX$$

$$Y = 22,757 + 0,690X$$

Dimana :

$$Y = \text{Brand Image}$$

$$X = \text{Brand Ambassador}$$

$a$  = nilai konstan dari *Unstandardized Coefficients*. Dalam penelitian ini nilainya 22,757

$b$  = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 0,690

Persamaan tersebut menunjukkan, apabila nilai  $X = 0$  Maka  $Y = 22,757$ .

Dan jika  $X = 1$  maka  $Y = 23,447$ . Artinya setiap peningkatan *Brand*

*Ambassador* Refal Hady sebesar 1, akan meningkatkan *Brand Image* sebesar 23,447.

### 1.5 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh atau signifikansi dari hasil penelitian terkait *Brand Ambassador* (X) terhadap *Brand Image* (Y) untuk pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = r\sqrt{(n - 2)}$$

$$\sqrt{(1 - r^2)}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara X dan Y

n = Jumlah sampel

Maka dengan demikian :

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  H0 ditolak dan H1 diterima (memiliki pengaruh)

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  H0 diterima dan H1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

Diketahui :

$$n = 83$$

$$r = 0,715.$$

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

$$t = \frac{0,715 \sqrt{83-2}}{\sqrt{(1-0,715^2)}}$$

$$t = \frac{0,715 \sqrt{81}}{\sqrt{(1-0,51)}}$$

$$t = \frac{0,715 \times 9}{\sqrt{0,49}}$$

$$t = \frac{6,435}{0,7}$$

$$t = 9,192$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, nilai  $t_{hitung}$  yaitu 9,192 sedangkan untuk nilai  $t_{tabel}$  dengan taraf kepercayaan 90% atau

signifikansi 10% ( $\alpha = 0,10$  atau  $0,1$ ) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau  $n$ . Dalam penelitian ini jumlah responden ( $n$ ) = 83, maka derajat bebasnya ( $df$ )  $n - k = 83 - 2 = 81$ . Dengan derajat kebebasan sebesar 81 dan signifikansinya 10% adalah 1,66388 dibulatkan menjadi 1,664. karena nilai  $t_{hitung}$  (9,912) >  $t_{tabel}$  (1,664). Maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang artinya terdapat pengaruh antara *brand ambassador* Refal Hady terhadap *brand image* Avoskin

#### **4.6 Pembahasan Hasil Penelitian**

Pada penelitian ini membahas dua variable yaitu *brand ambassador* dan *brand image*. Penelitian dilakukan kepada 83 responden yang merupakan *followers* Instagram @avoskinbeauty, dapat diketahui bahwa seluruh responden sebanyak 83 dengan persentase 1.2% berusia 15-20 tahun 1.2%, 60.2% berusia 21-25 tahun, 34,9% berusia 26-30 tahun dan 3.6 % yang berusia 31-35 (tabel 4.1).

Kemudian identitas responden lainnya dapat dilihat dari jenis kelamin sebanyak 83 orang didominasi oleh perempuan dengan persentase 100% (tabel 4.1). Identitas reponden lainnya adalah pendapatan 500.000-1.500.000 persentase 19.3%, pendapatan 1.500.000 - 2.000.000 persentase 26.5%, pendapatan 2.000.000-2.500.000 persentase 25.3%, pendapatan 2.500.000-3.000.000 persentase 15.7%. pendapatan lainnya dengan persentase 15.5%. (tabel 4.3).

##### **1. *Brand Ambassador Refal Hady* pada followers akun Instagram @avoskinbeauty**

Berdasarkan teori yang digunakan dan hasil penelitian yang telah dibuktikan bahwa pengaruh *brand ambassador* Refal Hady memiliki 4 (empat) dimensi dapat dilihat dari pernyataan pada variabel X di kuesioner penelitian. Hasil dari penelitian responden bahwa dimensi *brand ambassador* antara lain; Transparansi, Kesesuaian, Kredibilitas, Daya Tarik tergolong tinggi (setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai

rata-rata jawaban responden pada variabel Pengaruh *Brand Ambassador* Refal Hady (X) sebesar 3,36 (tabel 4.51).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Devi Rizka (2022) menyatakan bahwa *brand ambassador* dan brand awareness adalah sedang, yang berpengaruh signifikan positif sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti di penelitian tersebut dan Chairunnisa Nurul (2021) menyatakan adanya pengaruh signifikan yang positif terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel *brand image* (X22) yaitu rtabel sebesar 0,422 dan rthitung sebesar 0,534 sehingga dapat dinyatakan bahwa H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image* dengan adanya sosok yang memiliki daya tarik bagi calon konsumen.

Diketahui bahwa rata-rata (mean) dari 4 (empat) dimensi variabel X (*brand ambassador*) pernyataan yang memiliki nilai tertinggi terdapat pada dimensi daya tarik yaitu X22 sebesar 3,54 dengan pernyataan “Menurut saya Refal Hady merupakan sosok yang memikat hati para penggemar” (tabel 4.25) artinya responden sepakat bahwa *brand ambassador* sosok yang memikat hati para penggemar karena memiliki paras wajah yang tampan, kepribadian yang menarik dan komunikatif dengan para penggemar sekaligus konsumen menandakan bahwa *brand ambassador* memiliki daya tarik yang dapat menimbulkan ketertarikan bagi orang yang melihatnya.

## **2. *Brand Image* pada followers akun Instagram @avoskinbeauty**

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur *brand image* memiliki 3 (tiga) dimensi dapat dilihat dari pernyataan pada variabel Y di kuesioner penelitian. Hasil dari penilaian responden bahwa dimensi *brand image* antara lain: *Strength* (kekuatan), *Uniqueness* (keunikan),

*Favorable* (keuntungan) tergolong tinggi (setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata-rata jawaban responden pada variabel *brand image* (Y) sebesar 3,40 (tabel 4.52). Hasil penelitian ini sejalan dengan Ide Bagus (2021) yang menyatakan bahwa harga, promosi, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *brand image*.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel *brand image* (Y10) yaitu  $r_{tabel}$  sebesar 0,422 dan  $r_{hitung}$  sebesar 0,661 sehingga dapat dinyatakan bahwa  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *brand image* yang ditimbulkan oleh *brand ambassador* memberikan dampak yang baik bagi konsumen. Dengan adanya beragam produk perawatan kulit yang ditawarkan memiliki dampak yang positif bagi konsumen melihat adanya image baik pada brand tersebut.

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (Y) *brand image* pernyataan yang memiliki nilai tertinggi terdapat pada dimensi kekuatan yaitu Y10 sebesar 3,54 yang memiliki pernyataan “Menurut saya Refal Hady memberikan pesan terkait kualitas produk secara lengkap dan konsisten” (tabel 4.37) artinya responden sepakat bahwa yang disampaikan *brand ambassador* dapat dipahami oleh konsumen secara mendetail sehingga membangun keyakinan konsumen terhadap kualitas produk yang dipromosikan.

### **3. Pengaruh *Brand ambassador Refal Hady* terhadap *Brand Image Avoskin* pada followers akun Instagram @avoskinbeauty**

Pernyataan pada variabel X (*brand ambassador*) dan variabel Y (*brand image*) dalam penelitian ini telah memenuhi standar validitas atau memenuhi syarat valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Uji realibilitas pada variabel X (*Brand Ambassador Refal Hady*) dan variabel Y (*Brand Image Avoskin*) menunjukkan nilai *alpha* hitung yang positif serta pada tingkat realibilitas  $> 0,80$  s.d 1,00 hal ini berdasarkan total hasil uji realibilitas X

sebesar 0,952 dan variabel Y 0,946 (tabel 3.5 dan tabel 3.6), maka kuesioner variabel X sangat reliabel begitu juga dengan variabel Y sangat reliabel.

Untuk membuktikan adanya pengaruh *Brand Ambassador* Refal Hady terhadap *Brand Image* Avoskin maka dilakukan uji hipotesis terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t. Uji t bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi, kriteria pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini didapatkan nilai  $t_{hitung}$  (9,912) yang lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  (1,664). Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara *Brand Ambassador* Refal Hady terhadap *Brand Image* Avoskin.

Berdasarkan perhitungan, besarnya pengaruh dapat dilihat dari perolehan R yang disebut juga sebagai koefisien korelasi. Maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara *Brand Ambassador* Refal Hady terhadap *Brand Image* Avoskin sebesar 0,715 yaitu diantara 0,600 – 0,799 artinya hubungan atau korelasi antara variabel *Brand Ambassador* berpengaruh tinggi atau kuat.

R square yaitu 0,511 yang artinya variable Y dipengaruhi oleh variable X, dalam penelitian ini *brand image* dipengaruhi sebesar 51.1%, sementara sisanya yaitu 48,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa *followers* Instagram @avoskinbeauty merasa bahwa *brand ambassador* Refal hady mempengaruhi seseorang untuk Nilai R square menunjukkan angka 0.511 atau 51.1% artinya *Brand Ambassador* Refal Hady berpengaruh terhadap *Brand Image* Avoskin.