

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *ADVERTISING***

Skripsi, 2024

Apsari Prihastuti

20200110400067

“Pengaruh *Brand Ambassador* Dimas Seto Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Kahf”

ABSTRAK

Loyalitas pelanggan merupakan komponen krusial dalam dunia bisnis yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan. perusahaan juga harus mempunyai ide agar produk atau merek yang dikeluarkan dikenal oleh konsumen. Salah satunya mempromosikan produk, yang mempunyai peran penting agar suatu produk lebih dikenal masyarakat luas. Hal ini dicapai melalui penggunaan *brand ambassador*. *Brand ambassador* dianggap sebagai komponen rencana bisnis yang inovatif untuk meningkatkan penjualan produk. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *brand ambassador* meliputi, *visibillity*, *credibillity*, *attraction*, dan power dan teori loyalitas konsumen meliputi, melakukan pembelian ulang secara teratur, membeli antar lini produk atau jasa, mereferensikan produk lain, menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan metode survei. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah followers akun Instagram @kahfeveryday dan yang *mentag* akun instagram @kahfeveryday. Teknik yang digunakan menggunakan simple random sampling dengan jumlah sampel 115 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Ambassador* Dimas Seto terhadap Loyalitas Konsumen Produk Kahf memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 61,6%.

Kata Kunci : Brand Ambassador, Loyalitas Konsumen

Referensi : 6 Buku, 23 Jurnal, 8 Website

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