



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Moch Rizqy Firmansyah
44316010050

Pengaruh penggunaan brand ambassador BLACKPINK di Shopee terhadap brand awareness siswa SMA Negeri 6 Jakarta

Jumlah Halaman : x + 98 halaman + 20 lampiran

Bibliografi : 25 acuan, Tahun 1993 - 2018

ABSTRAK

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori SOR sebagai singkatan dari *Stimulus-Organism-Respons*. Dengan stimulus yaitu Brand ambassador yang merupakan variable X, organismnya digunakan BLACKPINK sebagai *content* pemasaran Shopee dan *brand awareness* variable Y untuk mengetahui adanya *response* pada siswa SMA Negeri 6 Jakarta. Hal tersebut dikarenakan setiap brand ambassador mempunyai tujuan utama yaitu untuk menanamkan kesadaran pada merek (*brand awareness*).

Penelitian ini menggunakan Brand Ambassador (*physical attractiveness, respect, dan similarity*) dari Shimp dan *Brand Awareness (recall, recognition, top of mind, brand knowledge)* dari Aaker dalam Homburg.

Tipe penelitian yang digunakan bersifat eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Dan metode pengumpulan data menggunakan metode survey berupa kuesioner dengan jumlah sampel 90 responden yang berasal dari kalangan siswa SMA Negeri 6 Jakarta angkatan 2017 - 2019.

Dari hasil penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa Terdapat Pengaruh penggunaan *Brand Ambassador* BLACKPINK terhadap *Brand Awareness*.
Kata Kunci: *Brand ambassador, Brand awareness, E-commerce, Blackpink*