



**"PENGARUH BRAND AMBASSADOR RAFFI AHMAD PADA ERIGO
DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI KALANGAN
MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA"**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang studi Digital Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh :

Farhan Akbar

44318010030

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Farhan Akbar
NIM : 44318010030
Jurusan : Digital Advertising & Marketing Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Raffi Ahmad Pada Erigo Dalam Meningkatkan Brand Awereness Di Kalangan Mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta

Dengan ini menyatakan bahwa hasil dari penelitian skripsi yang telah Saya buat merupakan hasil karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi Pustaka yang didampingi oleh Dosen Pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya oleh pihak Universitas Mercu Buana. Penulisan skripsi ini bukan hasil tiruan atau duplikasi terhadap karya orang lain, semua informasi, dokumentasi, data dan hasil yang yang digunakan telah ditetapkan dan dinyatakan dengan jelas sumbernya. Semua informasi dan data yang disajikan dapat diperiksa akan kebenarannya. Demikian pernyataan yang Saya buat ini dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Jakarta, 4 September 2022



(Farhan Akbar)

Pembimbing I

(Wulansari Budiastuti, ST, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH BRAND AMBASSADOR RAFFI AHMAD
PADA ERIGO DALAM MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS DI KALANGAN MAHASISWA
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

Nama : Farhan Akbar

Nim : 44318010030

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 4 September 2022

Mengetahui,
Pembimbing

(Wulansari Budiastuti. ST, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH BRAND AMBASSADOR RAFFI AHMAD
PADA ERIGO DALAM MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS DI KALANGAN MAHASISWA
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

Nama : Farhan Akbar

Nim : 44318010030

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 4 September 2022

Mengetahui,

Ketua Sidang

(Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si)

Penguji Ahli

(Nindyta Aisyah Dwityas, M. Si)

Pembimbing

(Wulansari Budiastuti, ST, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **PENGARUH BRAND AMBASSADOR RAFFI AHMAD
PADA ERIGO DALAM MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS DI KALANGAN MAHASISWA
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

Nama : Farhan Akbar

Nim : 44318010030

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 4 September 2022
Disetujui dan Diterima oleh

MERCU BUANA

Pembimbing

(Wulansari Budiastuti, ST, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliaty, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH BRAND AMBASSADOR RAFFI AHMAD PADA ERIGO DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA”**. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Komunikasi dan Periklanan Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan proposal penulis telah banyak menerima bantuan dari banyak pihak baik berupa dukungan, saran dan pengetahuan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Wulansari Budiastuti, ST, M.Si selaku dosen pembimbing Skripsi. Terima kasih atas perhatian, dukungan waktu, pikiran, tenaga, maupun materi agar penulis menyelesaikan Skripsi ini.
2. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, M.Ed selaku ketua bidang studi Advertising & Marketing Communication dan Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom selaku sekretaris bidang studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana yang telah memberi izin kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua program studi ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberi izin kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku dekan fakultas ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberi izin kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Kepada seluruh Bapak dan ibu dosen bidang studi Advertising & Marketing Communication yang telah memberikan waktu, tenaga, pikiran, dukungan dan pengajaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

6. Untuk kedua orang tua saya Bapak H. Abdullah HZ dan Ibu HJ. Dahliyah, kakak, abang dan keponakan saya, serta keluarga besar saya yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan yang tiada henti. Karena mereka saya dapat termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
7. Untuk sahabat seperjuangan saya Imam Subkhan, Ade Juniadi, Fadilah Tri Maulana, Donatus Paul Raja Koban, Donald Fadlilah Yassin, Reza Maulana yang selalu mendengarkan keluh kesah serta memberikan semangat hingga akhir penyusunan skripsi ini.
8. Untuk sahabat sejak saya sekolah Ananda Aditya Bagus Pamungkas, Muhammad Reynaldi Athala, Muhammad Tino Dafisa, Achmad Nur Faizi, Alif Risna Munandar yang selalu memberikan motivasi, kritik dan saran hingga selesai skripsi ini.
9. Untuk sahabat rumah saya Panji Hermendra, Iqbal Tawaqal, Muhammad Malay, Muhammad Farhan, Andi Ilyas, Muhammad Rafly yang selalu memberikan motivasi, kritik dan saran hingga selesai skripsi ini.
10. Untuk Majelis Al-Fandhal yakni teman-teman skena yang mendukung penulis dalam penulisan skripsi.
11. Teman-teman Mercu Buana jurusan Advertising & Marketing Communication 2018 yang telah banyak memberikan saran dan ide yang membantu penulis dalam menyelesaikan tugas skripsi ini.
12. Seluruh orang-orang yang telah membantu, mendoakan, memberi dukungan yang tidak disebutkan disini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.1.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teoritis	12
2.2.1 Teori S-O-R	12
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	13
2.2.3 Iklan	15
2.2.4 Brand Ambassador	18
2.2.5 Brand Awareness	19
2.2.6 Hubungan Brand Ambassador Dengan Brand Awareness	21
2.3 Hipotesis Teori	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Paradigma Penelitian	23
3.2 Metode Penelitian	23
3.3 Populasi dan Sampel	24
3.3.1 Populasi	24
3.3.2 Sampel	24
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	26

3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	27
3.4.1 Definisi Konsep.....	27
3.4.2 Operasionalisasi konsep.....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5.1 Data primer	30
3.5.2 Data sekunder.....	30
3.5.3 Uji Validitas	30
3.5.4 Uji Reliabilitas	31
3.6 Teknik Analisa Data	32
3.6.1 Regresi linier sederhana	34
3.6.2 Analisis Korelasi	34
3.6.3 Uji Koefisien Determinasi	35
3.6.4 Uji Hipotesis (Uji t).....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.1 Sejarah Umum Erigo Apparel.....	37
4.1.2 Visi dan Misi Erigo Apparel	38
4.1.3 Iklan Erigo.....	39
4.1.4 Brand Ambassador Raffi Ahmad	40
4.1.5 Logo Perusahaan	41
4.2 Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Karakteristik Data Responden	41
4.2.2 Pengolahan Data	45
4.2.2.1 Uji Validitas	45
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	52
4.2.3 Hasil Penelitian Variabel X (<i>Brand Ambassador</i>).....	53
4.2.4 Hasil Penelitian Variabel Y (<i>Brand Awareness</i>).....	61
4.2.5 Uji Regresi Linier Sederhana	69
4.2.6 Uji Korelasi	70
4.2.7 Uji Koefisien Determinasi.....	71
4.2.8 Uji Hipotesis Statistik	72
4.3 Pembahasan.....	73
4.3.1 Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness	72
4.3.2 Membandingkan Hasil Penelitian Dengan Teori	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran	78

5.1.1 Saran Akademis	79
5.1.2 Saran Praktis	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	84



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	30
Tabel 3.2 Standarisasi Pengukuran Alpha Cronbach	32
Tabel 3.3 Skala Likert	33
Tabel 3.4 Nilai Koefisien Korelasi	35
Tabel 4.1 Frekuensi Responden berdasarkan Gender	42
Tabel 4.2 Frekuensi Responden berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Frekuensi Responden berdasarkan Fakultas	43
Tabel 4.4 Frekuensi Responden berdasarkan Angkatan	43
Tabel 4.5 Frekuensi berdasarkan Apakah Anda Mempunyai Instagram	44
Tabel 4.6 Frekuensi berdasarkan Apakah Anda Pernah Melihat Iklan Erigo	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Brand Ambassador (X)	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Brand Awareness (Y)	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Brand Ambassador (X)	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Brand Awareness (Y)	52
Tabel 4.11 Pertanyaan Variabel Brand Ambassador (X)	53
Tabel 4.12 Pertanyaan Variabel Brand Ambassador (X)	53
Tabel 4.13 Pertanyaan Variabel Brand Ambassador (X)	54
Tabel 4.14 Pertanyaan Variabel Brand Ambassador (X)	55
Tabel 4.15 Pertanyaan Variabel Brand Ambassador (X)	55
Tabel 4.16 Pertanyaan Variabel Brand Ambassador (X)	56
Tabel 4.17 Pertanyaan Variabel Brand Ambassador (X)	57
Tabel 4.18 Pertanyaan Variabel Brand Ambassador (X)	57
Tabel 4.19 Pertanyaan Variabel Brand Ambassador (X)	58
Tabel 4.20 Pertanyaan Variabel Brand Ambassador (X)	59
Tabel 4.21 Pertanyaan Variabel Brand Ambassador (X)	59
Tabel 4.22 Pertanyaan Variabel Brand Ambassador (X)	60
Tabel 4.23 Pertanyaan Variabel Brand Awareness (Y)	61
Tabel 4.24 Pertanyaan Variabel Brand Awareness (Y)	61
Tabel 4.25 Pertanyaan Variabel Brand Awareness (Y)	62
Tabel 4.26 Pertanyaan Variabel Brand Awareness (Y)	63
Tabel 4.27 Pertanyaan Variabel Brand Awareness (Y)	63
Tabel 4.28 Pertanyaan Variabel Brand Awareness (Y)	64
Tabel 4.29 Pertanyaan Variabel Brand Awareness (Y)	65
Tabel 4.30 Pertanyaan Variabel Brand Awareness (Y)	65
Tabel 4.31 Pertanyaan Variabel Brand Awareness (Y)	66
Tabel 4.32 Pertanyaan Variabel Brand Awareness (Y)	67
Tabel 4.33 Pertanyaan Variabel Brand Awareness (Y)	67
Tabel 4.34 Pertanyaan Variabel Brand Awareness (Y)	68
Tabel 4.35 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	69
Tabel 4.36 Hasil Uji Korelasi	70
Tabel 4.37 Hasil Uji Koefisien Determinasi	71
Tabel 4.38 Hasil Uji Hipotesis	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	21
Gambar 4.2 Brand Ambassador Raffi Ahmad Pada Iklan Erigo	40
Gambar 4.2 Logo Perusahaan Erigo	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	84
Lampiran 2 Curriculum Vitae	88
Lampiran 3 Permohonan Data Untuk Skripsi BAP	89
Lampiran 4 Coding Sheet Kuesioner	90
Lampiran 5 Hasil Tabulasi Kuesioner.....	97
Lampiran 6 Hasil Output SPSS.....	101
Lampiran 7 Tabel r.....	103
Lampiran 8 Tabel t.....	104

