



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Cahyo Nugroho Islamy
44318110003

Pengaruh *Brand Ambassador* Raffi Ahmad Terhadap Citra Merek SiCepat
Ekspres (Survei Pada Gerai SiCepat Ekspres Palmerah)

Jumlah Halaman : 92 Halaman + Lampiran

Bibliografi : 35 acuan, Tahun 2004 - 2021

ABSTRAK

Saat ini perkembangan industri jasa pengiriman mengalami peningkatan yang cukup pesat dan persaingan semakin ketat. Perusahaan pengiriman jasa haruslah berlomba-lomba untuk menjadi perusahaan jasa pengiriman terbaik, dengan strategi yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk membahas tentang adakah dan seberapa besar Pengaruh *Brand Ambassador* Raffi Ahmad Terhadap Citra Merek SiCepat Ekspres pada pengguna Gerai SiCepat Ekspres Palmerah.

Menurut Lea-Greenwood (2012) *Brand ambassador* adalah alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan dan berhubungan dengan publik, dengan harapan mereka dapat meningkatkan penjualan. Menurut Kotler dan Keller (2013) Pembentukan citra merek dapat terlihat setelah tingkat *brand awareness* tercukupi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna Gerai SiCepat Ekspres Palmerah pada 1 bulan terakhir yang dimulai pada tanggal 1 Juli hingga 30 Juli 2022 dengan jumlah 1.116 pengguna dan teknik penarikan sampel menggunakan *Purposive Sampling*, yang dihitung menggunakan rumus slovin dengan hasil 92 responden.

Penelitian ini menunjukkan nilai t hitung yang diperoleh dari hasil perhitungan pada Uji t yaitu t hitung (14,574) > t tabel (1,661). Dari hasil tersebut, bahwa t hitung > t tabel yang artinya (H_0) ditolak dan (H_a) diterima maka *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap citra merek dengan memiliki nilai korelasi 0,838 yang menunjukkan hubungan sangat kuat antara dua variabel dengan nilai koefisien determinasi sebesar 83,8%. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *Brand Ambassador* Raffi Ahmad terhadap Citra Merek SiCepat Ekspres.

Kata Kunci : *Marketing Communication, Brand Ambassador, Citra Merek, SiCepat Ekspres, Raffi Ahmad.*



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Cahyo Nugroho Islamy
44318110003

*The Effect of Brand Ambassador Raffi Ahmad on SiCepat Ekspres Brand Image
(Survey at Palmerah SiCepat Ekspres Outlets)*

Number of Pages : 92 Pages + Attachments

Bibliography : 35 references, Years 2004 - 2021

ABSTRACT

Currently, the development of the shipping service industry is experiencing a fairly rapid increase and the competition is getting tougher. Service delivery companies must compete to be the best delivery service company, with the right strategy. This study aims to discuss whether and how much influence Raffi Ahmad's Brand Ambassador has on the SiCepat Ekspres brand image for users of the Palmerah SiCepat Ekspres Outlet.

According to Lea-Greenwood (2012) Brand ambassador is a tool used by companies to communicate and relate to the public, with the hope that they can increase sales. According to Kotler and Keller (2013), the formation of brand image can be seen after the level of brand awareness is fulfilled.

This study uses a quantitative approach with survey methods, the population in this study are users of the Palmerah SiCepat Ekspres outlets in the last 1 month starting on July 1 to July 30, 2022 with a total of 1,116 users and the sampling technique using Purposive Sampling, which is calculated using the slovin formula with the results of 92 respondents.

This study shows the t arithmetic value obtained from the results of calculations on the t test, namely t arithmetic (14.574) > t table (1.661). From these results, that t count > t table which means (H_0) is rejected and (H_a) is accepted, the brand ambassador has a significant effect on brand image by having a correlation value of 0.838 which shows a very strong relationship between the two variables with a coefficient of determination of 83.8 % From this research, it can be concluded that there is an influence of Brand Ambassador Raffi Ahmad on the SiCepat Ekspres Brand Image.

Keywords: *Marketing Communication, Brand Ambassador, Brand Image, SiCepat Ekspres, Raffi Ahmad.*