



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Rachmat Kurnia

44313120001

Pengaruh *Brand Ambassador* Valentino Rossi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Tahun 2017 (Survei Pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha di Kota Jakarta)

Jumlah Halaman: xiv halaman, 71 halaman, dan lampiran

Bibliografi: 16 buku, 5 jurnal, dan 6 *website*

Abstrak

Dalam sebuah kegiatan pemasaran banyak penggunaan *brand ambassador* untuk mempromosikan produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *brand ambassador* Valentino Rossi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada pengguna sepeda motor Yamaha di Jakarta.

Dalam penelitian ini, kajian komunikasi pemasaran difokuskan pada salah satu strategi pemasaran yaitu *brand ambassador*. Di mana penggunaan brand ambassador dalam strategi komunikasi pemasaran sepeda motor Yamaha akan dapat mempengaruhi keputusan pengguna sepeda motor Yamaha di kota Jakarta dalam membeli produk sepeda motor Yamaha.

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatif dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Jenis sampel yang digunakan adalah sampel *nonprobabilitas* dengan teknik *acidental sampling*. Dimensi operasionalisasi konsep mengacu pada karakteristik brand ambassador sebagai variabel x dan proses keputusan pembelian pada variabel y.

Dari hasil penghitungan uji T menunjukkan hasil sebesar 9,380 dan lebih besar dari t tabel senilai 1,661, atau diketahui nilai *sig* lebih kecil dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diteima. Dapat diketahui bahwa peran *brand ambassador* Valentino Rossi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.

Kata kunci: *brand ambassador*, keputusan pembelian