

ABSTRAK

Nama : Suwanda
NIM : 44319010042
Program Studi : *Advertising dan Marketing Communication*
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador versi Tokoh Ikatan Cinta terhadap Keputusan Pembelian E-commerce Shopee. (Survei Remaja Usia 15-25 Tahun Diwilayah Penjaringan, Jakarta Utara)
Pembimbing : Ibu Dr.Yoyoh Hereyah, M.Si

Brand ambassador atau duta merek adalah individu yang memiliki pengaruh yang besar dalam membantu membangun citra merek, meningkatkan kesadaran merek, dan menghubungkan merek dengan audiens. Jika tokoh dari acara televisi populer seperti Ikatan Cinta digunakan sebagai *Brand ambassador*, ini dapat memiliki efek positif pada citra merek dan meningkatkan minat konsumen terhadap produk atau platform yang direpresentasikan oleh tokoh tersebut.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh penggunaan *brand ambassador* versi Tokoh Ikatan Cinta terhadap keputusan pembelian *e-commerce* Shopee.

Metode penelitian yang digunakan dalam riset ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan sistem survey. Peneliti menggunakan survei online melalui google form. Survei online ini merupakan sebuah penelitian yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden agar dapat memperoleh data yang diperlukan sesuai dengan keperluan dalam penelitian.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan *Brand Ambassador* versi Tokoh Ikatan Cinta terhadap keputusan pembelian shopee yang menjadi semakin tinggi. Hal ini tentunya juga membuat semakin kuat pengaruh terhadap keputusan pembelian *e-commerce* Shopee.

Kata kunci: Brand Ambassador, E-commerce, Keputusan Pembelian, Shopee, Sinetron Ikatan Cinta

ABSTRACT

Name : Suwanda
NIM : 44319010042
Study Program : Advertising dan Marketing Communication
Thesis Title : *The Effect of Using the Brand Ambassador version of the Bond of Love Figure on Shopee's E-commerce Purchase Decision. (Survey of Youth Aged 15-25 Years in Penjaringan, North Jakarta).*
Preceptor : Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

A brand ambassador, also known as a brand spokesperson, is an individual who has a significant influence in helping build a brand's image, increasing brand awareness, and connecting the brand with the audience. If a popular television character, such as those from the show "Ikatan Cinta," is used as a brand ambassador, it can have a positive effect on the brand's image and increase consumer interest in the products or platform represented by that character.

The objective of this research is to investigate the impact of using the brand ambassador version of characters from "Ikatan Cinta" on the purchasing decisions of the e-commerce platform Shopee.

The research method employed in this study is quantitative, utilizing a survey system. The researchers conducted an online survey through Google Form. This online survey involved distributing questionnaires to respondents to gather the necessary data for the research purpose.

The results of the research indicate that there is a significant impact of using the brand ambassador version of "Ikatan Cinta" characters on the decision to purchase from Shopee. This influence leads to a higher likelihood of consumers making purchases on the Shopee e-commerce platform.

Keywords: *Brand Ambassador, E-commerce, Purchase Decision, Shopee, Sinetron Ikatan Cinta.*