Perpustakaan >> Abstrak

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

PENGARUH PENGGUNAAN BRAND AMBASSADOR NCT DREAM PADA PRODUK LEMONILO TERHADAP BRAND IMAGE (Survei di Kalangan Followers Twitter @NCT__Indonesia)

Marthalia Ardianing Rahanti

Deskripsi Lengkap: http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76156&lokasi=lokal

---

Abstrak

Lemonilo memilih NCT Dream sebagai brand ambassador karena NCT Dream dinilai memiliki popularitas yang tinggi di berbagai negara, termasuk Indonesia. NCT Dream sebagai boygroup asal Korea Selatan ini diharapkan dapat membantu Lemonilo untuk menarik konsumen dan mengajak masyarakat untuk memulai hidup sehat bersama Lemonilo.

Penelitian ini menggunakan perspektif post-positivisme dan teori behaviorisme, S-O-R, dan elaboration likelihood model. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Metode pengumpulan data adalah survei. Populasi penelitian ini adalah followers Twitter @NCT__Indonesia sebanyak 245.000 followers dengan sampel sebanyak 100 responden dihitung dengan rumus Taro Yamane dan didapat dengan menggunakan teknik non probability - purposive sampling. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Teknik analisis data untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis korelasi Pearson?s Product Moment dan analisis regresi linear sederhana menggunakan software IBM SPSS versi 22.

Hasil uji korelasi Pearson?s Product Moment menunjukkan bahwa koefisien korelasi sebesar 0,986 berada pada kategori sangat tinggi. Nilai signifikan pada 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka korelasi signifikan. Hasil uji koefisien determinasi kontribusi kualitas brand ambassador NCT Dream kepada brand image Lemonilo sebesar 97,3%. Disimpulkan bahwa brand ambassador NCT Dream berpengaruh positif terhadap brand image Lemonilo di kalangan followers Twitter @NCT__Indonesia.

Secara akademis, penelitian ini memberikan deskripsi baru terhadap konsep brand ambassador. Signifikansi metodologis penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan terhadap metode kuantitatif. Signifikansi praktis penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada Lemonilo mengenai pentingnya penggunaan brand ambassador terhadap brand image.