**Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP**

# PENGARUH PENGGUNAAN BRAND AMBASSADOR NCT DREAM PADA PRODUK SOMETHINC TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (SURVEI DI KALANGAN FOLLOWERS TWITTER @NCITYBASE_)

Fradita Dwisheilla

Deskripsi Lengkap: http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76157&lokasi=lokal

---

Abstrak

Somethinc memilih NCT Dream sebagai brand ambassador karena NCT Dream dinilai memiliki reputasi yang baik dan memiliki peminat yang tinggi di luar maupun dalam negeri mengikuti adanya pengaruh Korean Pop. Dengan dijadikannya NCT Dream sebagai brand ambassador, Somethinc berharap dapat turut membantu meningkatkan perkembangan produk lokal dengan menarik minat beli konsumen sehingga produk lokal dapat dikenal luas oleh masyarakat dalam negeri.

Penelitian ini menggunakan teori behaviorisme dan teori modelling. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif, perspektif post-positivisme, metode pengumpulan data adalah survei. populasi penelitian ini adalah followers Twitter @ncitybase_ sebanyak 273.000, sampel sebanyak 100 responden dihitung dengan rumus Taro Yamane, didapat menggunakan teknik pengambilan sampel non probability ? accidental sampling. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Teknik analisis data untuk pengujian hipotesis menggunakan software IBM SPSS versi 20.

Hasil uji korelasi Pearson?s Product Moment menunjukkan bahwa koefisien korelasi sebesar 0,992 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 minat beli produk Somethinc sebesar 98,3%. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa brand ambassador NCT Dream berpengaruh terhadap minat beli produk Somethinc di kalangan Followers Twitter @ncitybase_.

Secara akademis, penelitian ini memberikan deskripsi baru kepada konsep brand ambassador. Signifikansi metodologis penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan khususnya di dunia periklanan. Signifikansi praktis penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada perusahaan Somethinc mengenai pentingnya penggunaan brand ambassador.