

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR SEHUN EXO PADA
PRODUK WHITELAB TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(SURVEI DI KALANGAN FOLLOWERS TWITTER
@XUNQI_INDONESIA)**

Arifia Dwi Karalin

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77090&lokasi=lokal>

Abstrak

Pada zaman sekarang teknologi semakin maju, dengan adanya media sosial, media sosial selain untuk berkomunikasi juga sebagai media untuk mempromosikan suatu produk dan jasa. Media dipilih oleh pelaku bisnis untuk mempromosikan, membujuk dan mengingatkan konsumen. Strategi yang sering digunakan oleh pelaku bisnis yaitu penggunaan Brand Ambassador dimana membantu pelaku bisnis dalam mempromosikan produk/jasa kepada pengguna media sosial mengenai produk yang di promosikan.

Penelitian ini menggunakan teori Behaviorisme dan S-O-R dengan pendekatan kuantitatif dengan jenis eksplanatif. Metode pengumpulan data adalah survey. Populasi penelitian adalah followers akun twitter @xunqi_indonesia dengan sampel sebanyak 100 responden dihitung dengan rumus Taro Yamane dan didapat dengan menggunakan teknik accidental sampling. Teknik pengumpulan data berupa angket tertutup atau kuesioner, dan Teknik analisis data untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis korelasi Pearson's Product Moment dan analisis Regresi Linear sederhana menggunakan software IBM SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh brand ambassador Sehun EXO berada pada kategori tinggi dan Minat beli Produk juga berada pada kategori tinggi. Hasil uji korelasi parametrik menunjukkan bahwa koefisien korelasi r senilai 0.950 berada kategori tinggi. Berdasarkan Tabel Guilford, tingkat keeratan korelasi termasuk tinggi, nilai signifikan pada 0,00. Artinya pengaruh Brand Ambassador Sehun EXO berpengaruh terhadap produk Whitelab.