

**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* PADA PRODUK
KECANTIKAN KOREA SELATAN MENGGUNAKAN MODEL PATER**

LINI NUR HIDAYATI

1702520006



**Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar
Sarjana Terapan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN PEMASARAN DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2024

***EFFECTIVENESS OF BRAND AMBASSADOR ON SOUTH KOREAN
BEAUTY PRODUCTS USING PATER MODEL***

LINI NUR HIDAYATI

1702520006



Intelligentia - Dignitas

***This thesis was written to fulfil one of the requirements to obtain a Bachelor of
Applied Degree from the Faculty of Economics and Business, Universitas
Negeri Jakarta.***

DIGITAL MARKETING VOCATIONAL STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

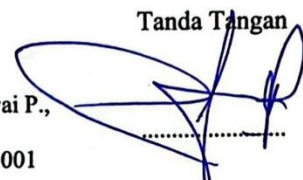
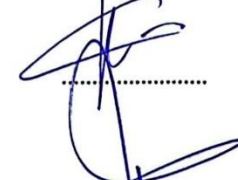
2024

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.
NIP. 197206272006041001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M. NIP. 197404162006041001 (Ketua Penguji)		7 Januari 2025
2	Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. NIP. 197201252002121002 (Penguji 1)		7 Januari 2025
3	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M. NIP. 199308272020122024 (Penguji 2)		14 Januari 2025
4	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D. NIP. 197412212008121001 (Pembimbing 1)		14 Januari 2025
5	Shandy Aditya, BIB, MPBS NIP. 198404082019031003 (Pembimbing 2)		7 Januari 2025

Nama : Lini Nur Hidayati
No. Registrasi : 1702520006
Program Studi : D4 Pemasaran Digital
Tanggal Lulus : 25 November 2024

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 15 Januari 2025

Yang Membuat Pernyataan



Lini Nur Hidayati

LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Lini Nur Hidayati
NIM : 1702520006
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/D4 Pemasaran Digital
Alamat email : lininurhidayati734@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (... ..)

yang berjudul :

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* PADA PRODUK KECANTIKAN KOREA SELATAN MENGGUNAKAN MODEL PATER

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 Januari 2025

Penulis

(Lini Nur Hidayati)

ABSTRAK

Industri kecantikan mengalami pertumbuhan yang pesat dan terus menghasilkan peningkatan pendapatan global di segmen perawatan kulit. Industri kecantikan merupakan salah satu industri dengan persaingan yang sangat ketat di dunia sehingga meningkatkan terjadinya persaingan bisnis. Dalam persaingan yang kompetitif, Korea Selatan menunjukkan keunggulan dan peluang dalam industri kecantikan global. Salah satu perusahaan Korea Selatan yang menjadikan Indonesia sebagai sasaran produk mereka adalah Innisfree. Innisfree merupakan merek kecantikan di bawah naungan AmorePacific Group. Untuk menghadapi persaingan bisnis, Innisfree menggunakan *brand ambassador* sebagai strategi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efektivitas penggunaan *brand ambassador* pada produk kecantikan Korea Selatan dengan menggunakan model PATER. Model PATER digunakan untuk mengukur efektivitas selebriti sebagai brand ambassador. PATER merupakan akronim dari *Popularity*, *Attractiveness*, *Trustworthiness*, *Expertise*, dan *Relevance*. Penelitian kuantitatif dengan metode *non-probability sampling* menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan dua teknik analisis data yaitu analisis deskriptif dan skor rata-rata. Kuesioner didistribusikan melalui Google Forms. Dalam menentukan besar sampel, penelitian ini menggunakan Rumus Lemeshow. Sampel yang digunakan sebanyak 271 responden. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas sebagai uji instrumen penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan Kim Mingyu sebagai *brand ambassador* Innisfree termasuk dalam kategori sangat efektif, baik ditinjau dari masing-masing dimensi yaitu *Popularity*, *Attractiveness*, *Trustworthiness*, *Expertise*, dan *Relevance* maupun secara keseluruhan (PATER). Dalam upaya mencapai efektivitas dalam menggunakan brand ambassador, terdapat proses seleksi yang tidak mudah. Oleh karena itu, hasil dan temuan yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai saran dan masukan khususnya untuk merek produk kecantikan Korea Selatan dalam menggunakan *brand ambassador*.

Kata Kunci: efektivitas penggunaan *brand ambassador*, produk kecantikan, PATER Model, Innisfree, Kim Mingyu.

ABSTRACT

The beauty industry is experiencing rapid growth and generating continuous increase in global revenue in the skincare segment. The beauty industry is one of the most highly competitive industries in the world which causes increased business competition. In this competitive competition, South Korea shows its superiority and opportunities in the global beauty industry. One of the South Korean companies is Innisfree, a beauty brand under AmorePacific Group. To face business competition, Innisfree uses brand ambassador as marketing strategies. This research aims to determine the level of effectiveness of using brand ambassador on South Korean beauty products using the PATER Model. PATER Model is used to measure the effectiveness of celebrities as brand ambassadors. PATER is a five-dimension acronym that stands for Popularity, Attractiveness, Trustworthiness, Expertise, and Relevance. Quantitative research with non-probability sampling, purposive sampling method. This research uses two data analysis techniques, descriptive and average scores. The research distributed questionnaires online through Google Forms. In determining the sample size, this research uses the Lemeshow Formula. Samples used were 271 respondents. This research uses validity tests and reliability tests as research instrument tests. The results of the research show that the effectiveness of using Kim Mingyu as Innisfree's brand ambassador is included in the very effective category, both in terms of dimensions, namely popularity, attractiveness, trust, expertise, and relevance and as a whole (PATER). To achieve effectiveness in using a brand ambassador, there is a selection process that is not easy. Therefore, the results and findings obtained in this study can be used as suggestions and input, especially for South Korean beauty product brands in using brand ambassadors.

Keywords: effectiveness of brand ambassador, beauty products, PATER Model, Innisfree, Kim Mingyu.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Efektivitas Penggunaan *Brand Ambassador* Pada Produk Kecantikan Korea Selatan Menggunakan Model PATER”. Skripsi ini ditulis untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pemasaran Digital pada program studi Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, bantuan, dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D., selaku Koordinator Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta sekaligus Dosen Pembimbing 1 yang telah membantu proses penyusunan skripsi penulis sejak awal hingga akhir.
2. Shandy Aditya, BIB, MPBS, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi.
3. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
4. Segenap Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan kontribusi sehingga penulis mendapatkan ilmu pengetahuan untuk menjadi insan akademik yang berkualitas.

5. Bapak Hariyoto, Ibu Utami, Mas Lino, Mba Line, Kakak Lina, beserta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan doa tulus, dukungan, dan motivasi.
6. Pihak lain yang telah bersedia membantu secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap masukan dan saran yang membangun untuk kedepannya. Penulis berharap skripsi ini dapat berguna dalam menambah pengetahuan bagi semua pihak.

Tangerang Selatan, 8 November 2024

Penulis