

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP CITRA
MEREK *SMARTPHONE* OPPO**

(Survei Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, Kampus A)

MUHAMMAD RYHAN FAJRI

8223164852



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas
Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

***THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR ON BRAND IMAGE
SMARTPHONE OPPO***

(Survey On Student Universitas Negeri Jakarta, Campus A)

MUHAMMAD RYHAN FAJRI

8223164852



***This Scientific Paper arranged to meet one of the requirements to get
the tittle of the Experts Associate at Faculty of Economics Universitas
Negeri Jakarta***

MARKETING MANAGEMENT PROGRAM STUDY DIII

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2019

ABSTRAK

Muhammad Ryhan Fajri, 2019, 8223164852, judul karya “Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Citra Merek Smartphone OPPO (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Kampus A)”. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand ambassador* terhadap citra merek *smartphone* OPPO. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada 112 responden yang menggunakan teknik *non-probability sampling*. Metode pengolahan data menggunakan metode Regresi Linier Sederhana. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel *brand ambassador* berpengaruh terhadap citra merek. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *R square* sebesar 0,260 (26%), sedangkan sisanya 0,74 (74%) dipengaruhi oleh factor-faktor lain. Dalam penelitian ini diketahui bahwa koefisien *brand ambassador* adalah 0,503 dan nilai signifikannya pada uji analisis regresi linear sederhana sebesar $0,000 < 0,05$, artinya *brand ambassador* memiliki pengaruh yang positif yang signifikan terhadap citra merek *smartphone* OPPO. Dengan demikian, hasil penelitian ini relevan dan pada saat yang sama mendukung teori citra merek.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, Citra Merek, dan Analisis Regresi Linier Sederhana

ABSTRACT

Muhammad Ryhan Fajri, 2019, 822316852, title of research “The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image Smartphone OPPO (A Case Study In Universitas Negeri Jakarta Campus A)”. Marketing Management Study Program DIII. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta.

This study aims to analyze the effect of brand ambassadors on OPPO smartphone brand image. The data used in this study were primary data collected from the results of questionnaires distributed to 112 respondents who used non-probability sampling techniques. The data processing method uses the Simple Linear Regression method. From the results of this study it can be seen that the brand ambassador variable influences the brand image. This is indicated by the R square value of 0.260 (26%), while the remaining 0.74 (74%) is influenced by other factors. In this research, it is known that the brand ambassador coefficient is 0.503 and its significance value in the simple linear regression analysis test is $0,000 < 0.05$, meaning that the brand ambassador has a significant positive effect on OPPO smartphone brand image. Thus, the results of this study are relevant and at the same time support the brand image theory.

Keyword: Brand Ambassador, Brand Image, and Linier Regression Analysi

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Jakarta



Prof. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus

NIP. 196712071992031001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji,		
<u>Dra. Solikhah, M.M.</u> NIP. 196206231990032001		<u>21-08-2019</u>
Penguji Ahli		
<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP. 195702211985032002		<u>20-08-2019</u>
Dosen Pembimbing		
<u>Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si.</u> NIP. 197206171999031001		<u>21-08-2019</u>

LEMBAR ORISINALITAS


Dengan ini saya menyatakan bahwa:

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

Jakarta, 20 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,




Muhammad Ryhan Fajri
NIM. 8223164852

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu wa Ta'ala yang telah memberikan karunia dan kasih sayang-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan karya ilmiah dengan judul **Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Citra Merek *smartphone* OPPO (Survei Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, Kampus A)**.

Penyusunan karya ilmiah ini bertujuan untuk memenuhi sebagai syarat guna mencapai gelar Ahli Madya di Universitas Negeri Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua yang penulis cintai dan sayangi. Yang telah membesarkan, mengurus, dan menididik penulis hingga saat ini serta memberikan semangat dan doa toada henti-hentinya kepada penulis. Serta pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya ilmiah ini terutama pada:

1. Prof. Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dra. Sholikhah, MM, selaku Koordinator, Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
3. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si, sebagai dosen pembimbing yang telah senantiasa membimbing dan memberi arahan kepada peneliti serta meluangkan waktunya untuk audiensi.

4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis duduk di bangku perkuliahan.
5. Seluruh kerabat dan teman-teman DIII Manajemen Pemasaran angkatan 2016 yang ikut membantu penulisan dalam penyusunan karya ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Karya Ilmiah ini masih banyak kekurangan, baik dalam materi maupun dalam Teknik penyajiannya, mengingat keterbatasan pengetahuan dan wawasan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca Karya Ilmiah ini.

Jakarta, Agustus 2019

Penulis