

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* LUCAS WONG
TERHADAP *BRAND IMAGE* PRODUK MINUMAN *NEO*
*COFFEE***

MEGA DWI SILVIA

1702517022



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

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

***THE INFLUENCE OF LUCAS WONG AS BRAND
AMBASSADOR TOWARD BRAND IMAGE OF BEVERAGE
PRODUCT NEO COFFEE***

MEGA DWI SILVIA

170251702



This Scientific Paper was written to fulfill one of the requirements to get an Associate Degree at the Faculty of Economics, Jakarta State University

MARKETING MANAGEMEN STUDY PROGRAM DIII

FACULTY OF ECONOMICS

JAKARTA STATE UNIVERSITY

2020

ABSTRAK

Mega Dwi Silvia, 2020; Pengaruh Brand Ambassador Lucas Wong Terhadap Brand Image Produk Minuman Neo Coffee. Karya Ilmiah, Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui bagaimana gambaran tentang *brand ambassador* dan *brand image* pada produk minuman Neo Coffee. 2) mengetahui apakah penggunaan Lucas Wong sebagai *brand ambassador* memiliki pengaruh terhadap *brand image* dari produk minuman Neo Coffe. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, data diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner secara online. Sampel yang digunakan sebanyak 133 responden yang mengetahui brand ambassador dan pernah melihat iklan dari produk Neo Coffee serta melakukan pembelian pada produk minuman Neo Coffee. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel brand ambassador berpengaruh secara signifikan terhadap brand image sebesar 71.8% dan sisa 28,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Ambassador, Brand Image*

ABSTRACT

Mega Dwi Silvia, 2020; *The Influence of Lucas Wong as Brand Ambassador Toward Brand Image of Beverage Product Neo Coffee. Scientific Paper, Marketing Management Study Program. Faculty of Economics. Jakarta State University.*

This research aims to: 1) Know how the description of brand ambassador and brand image. 2) Know whether the used of Lucas Wong as a brand ambassador had an influence on the brand image of Neo Coffee product. In this research the sampling technique used was purposive sampling, the data collected by distributing questionnaires via online. The sample used in this research was 133 respondents who knew the brand ambassador and had seen advertisements from Neo Coffee product and made any purchases on Neo Coffee product. The analytical method used in this research was simple linear regression analysis. The results of this research showed that the brand ambassador variable had significantly affects the brand image by 71.8% and the remaining 28.2% is influenced by other factors outside this research.

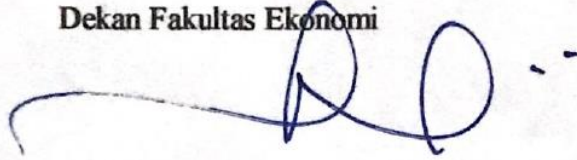
Keyword: Brand Ambassador, Brand Image

LEMBAR PENGESAHAN




LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd
NIP. 197207152001121001

No.	Nama	Tanda tangan	Tanggal
1.	<u>M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A</u> NIP. 197201252002121002 (Ketua Sidang)		27, Agustus 2020
2.	<u>Dr. Christian Wiradendi W., SE., MM</u> NIP. 199110182019031014 (Penguji Ahli)		18, Agustus 2020
3.	<u>Dra. Sholikhah, M.M.</u> NIP. 196206231990032001 (Dosen Pembimbing)		23, Agustus 2020

Nama : Mega Dwi Silvia
No. Registrasi : 1702517022
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran
Tanggal Lulus : 10 Agustus 2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya Ilmiah dengan judul “Pengaruh Brand Ambassador Lucas Wong Terhadap Brand Image Produk Minuman Neo Coffee” 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 sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 27 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



Mega Dwi Silvia

NIM. 170251 7023

LEMBAR PUBLIKASI

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mega Dwi Silvia
NIM : 1702517022
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak **Universitas Negeri Jakarta**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Brand Ambassador Lucas Wong Terhadap Brand Image Produk Minuman Neo Coffee”** beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Universitas Negeri Jakarta** berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolanya dalam pangkapan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Agustus 2020

Yang menyatakan,


Mega Dwi Silvia

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya ucapkan atas rahmat dari Tuhan Yang Maha Esa. Karena Nya peneliti dapat menulis dan menyelesaikan Karya Ilmiah yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* Lucas Wong Terhadap *Brand Image* Produk Minuman Neo Coffee” ini dengan baik.

Tujuan dari Karya Ilmiah ini ditulis adalah sebagai pemenuhan syarat untuk mendapat gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penulisan dan penyusunan Karya Ilmiah akan sulit tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih terutama kepada kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan *support* secara mental dan finansial. Tidak lupa juga peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah memberikan kritik dan saran serta membantu peneliti dalam menyelesaikan Karya Ilmiah ini, khususnya kepada:

1. Dra. Sholikhah, M.M, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan selaku dosen pembimbing Karya Ilmiah yang telah memberikan bimbingan serta arahan dalam proses penyusunan Karya Ilmiah ini.
2. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
3. Dosen-dosen Program Studi DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama peneliti duduk di bangku perkuliahan.

4. Sahabat peneliti Irda Maini, Ninda, Alma, Leony, Caca, Felix, Chris, Dio dan Rend yang sudah memberikan *support* dan *advice* dalam penulisan dan penyusunan Karya Ilmiah ini.
5. Teman – teman dan rekan mahasiswa DIII Manajemen Pemasaran A
6. Seluruh responden yang telah bersedia untuk mengisi kuisioner

Peneliti pun menyadari bahwa Karya Ilmiah ini masih memiliki beberapa kekurangan. Oleh karena itu, peneliti membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Peneliti berharap semoga Karya Ilmiah yang telah ditulis ini dapat bermanfaat untuk para pembaca.

Jakarta, Juli 2020

Peneliti

Mega Dwi Silvia