



**PENGARUH PEVITA PEARCE SEBAGAI *BRAND*
AMBASSADOR PRODUK *SMARTPHONE* VIVO V5
TERHADAP *BRAND AWARENESS*
(Survei pada Mahasiswa/I Prodi Periklanan Politeknik Negeri
Media Kreatif Jakarta)**

SKRIPSI

MEILIZA PUTRI

1310411077

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2017**



**PENGARUH PEVITA PEARCE SEBAGAI *BRAND*
AMBASSADOR PRODUK *SMARTPHONE VIVO V5*
TERHADAP *BRAND AWARENESS*
(Survei pada Mahasiswa/I Prodi Periklanan Politeknik Negeri
Media Kreatif Jakarta)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

MEILIZA PUTRI

1310411077

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Meiliza Putri

NRP : 1310411077

Tanggal : 10 Juli 2017

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 10 Juli 2017

Yang Menyatakan,



Meiliza Putri

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Meiliza Putri

NRP : 1310411077

Tanggal : 10 Juli 2017

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Loyaliti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya berjudul:

“PENGARUH PEVITA PEARCE SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* PRODUK *SMARTPHONE VIVO V5* TERHADAP *BRAND AWARENESS* (Survei pada Mahasiswa/I Prodi Periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 10 Juli 2017

Yang Menyatakan,


Meiliza Putri

PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Meiliza Putri

NRP : 1310411077

Program Studi : Ilmu Komunikasi – Periklanan

Judul Skripsi : *PENGARUH PEVITA PEARCE SEBAGAI BRAND
AMBASSADOR PRODUK SMARTPHONE VIVO V5
TERHADAP BRAND AWARENESS (Survei pada
Mahasiswa/I Prodi Periklanan Politeknik Negeri Media
Kreatif Jakarta)*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Dra. Siti Maryam, M.Si

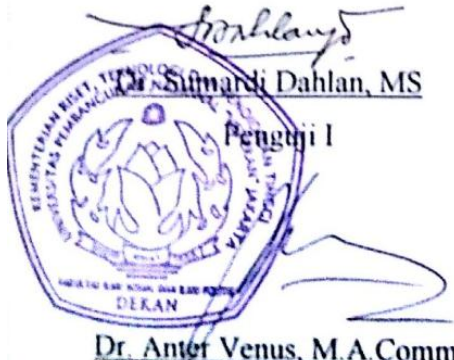
Ketua Penguji

Drs. Supratman, M.Si

Penguji II

Damayanti, S.Sos. M.Si

Ketua Program Studi



Dr. Anter Venus, M.A.Comm

Dekan

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 10 Juli 2017

**PENGARUH PEVITA PEARCE SEBAGAI *BRAND*
AMBASSADOR PRODUK *SMARTPHONE* VIVO V5
TERHADAP *BRAND AWARENESS*
(Survei pada Mahasiswa/I Prodi Periklanan Politeknik Negeri
Media Kreatif Jakarta)**

Meiliza Putri

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab permasalahan yang ada pada latar belakang. Hadirnya Pevita Pearce sebagai salah satu *brand ambassador* produk *smartphone* Vivo V5 merupakan hal yang menarik perhatian konsumen bertujuan agar konsumen dapat mengenal merek Vivo sebagai salah satu merek *smartphone* yang ikut meramaikan pasar *smartphone* di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Pevita Pearce sebagai *brand ambassador* produk *smartphone* Vivo V5 terhadap *brand awareness*. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi, komunikasi massa, periklanan, iklan, *brand ambassador*, dan *brand awareness*. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Sampel yang dimiliki adalah sebanyak 150 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner atau angket kepada responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara pengaruh *brand ambassador* terhadap *brand awareness*, yang juga dapat terlihat dalam hasil uji korelasi yaitu sebesar 0,730. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Pevita Pearce sebagai *brand ambassador* berkontribusi sebesar 53,3% terhadap *brand awareness*. Sarannya kepada pihak Vivo yaitu untuk terus memberikan inovasi-inovasi terbaru terhadap produknya agar konsumen lebih mengenal tentang Vivo.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, Vivo V5, *Brand Awareness*

**THE INFLUENCE OF PEVITA PEARCE AS A BRAND
AMBASSADOR VIVO V5 TO BRAND AWARENESS
(Study on Advertising Students Politeknik Negeri Media Kreatif
Jakarta)**

Meiliza Putri

ABSTRACT

This research was conducted to answer the problems that came from the background. The presence of Pevita Pearce as a brand ambassador of Vivo V5 smartphone is something to attracts the consumer's attention, in order Vivo V5 smartphone to be known as one of the brand that enliven the smartphone market in Indonesia. The purpose of this research is to find out how much Pevita Pearce as a brand ambassador Vivo V5 smartphone can influence the customers. The theories that researcher used in this research are the theory of communication, mass communication, advertising, advertisement, brand ambassador, and brand awareness. Researcher used quantitative with explanative as a type of the research. There are 150 respondents on this research. Data is collected by distributing questionnaires to the respondents. The result showed that there is a strong influence between brand ambassador and brand awareness which can be seen in the correlation's test result 0,730. The conclusion of this research is Pevita Pearce as brand ambassador contributes 53,3% to brand awareness. One of the advices that researcher give to Vivo is to continue create innovations to its products in order that consumers can be more familiar about Vivo itself.

Keywords: Brand Ambassador, Vivo V5, Brand Awareness

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul Pengaruh Pevita Pearce Sebagai *Brand Ambassador* Produk *Smartphone* Vivo V5 Terhadap *Brand Awareness* (Survei pada Mahasiswa/I Prodi Periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta) berhasil diselesaikan. Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Drs. Supratman, M.Si. selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan sabar dan memberikan saran yang bermanfaat.

Disamping itu ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ibu, Ayah, dan Adik laki-laki, yang selalu memberikan dukungan dan mendoakan keberhasilan penulis. Selain itu ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada Ajeng, Ririn, Nisa, Dini, Ria, Ami, Ike, Pundhy, Iki, dan juga Mitha yang telah menjadi teman seperjuangan dalam proses pembuatan skripsi dan yang memenuhi penulis dengan canda dan tawa selama proses perkuliahan. Terima kasih pula kepada teman-teman sedari dulu, Rheina, Fasha, Amel, Puspa, Tika, Shara, Marissa, Fiani, Dinda, dan yang lainnya.

Terakhir, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua, dan dapat menjadi acuan terlebih untuk ilmu komunikasi bidang periklanan.

Jakarta, 10 Juli 2017



Meilza Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Manfaat Penelitian.....	6
I.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
II.1 Penelitian Terdahulu	8
II.2 Teori Dasar	10
II.3 Definisi Konsep.....	15
II.4 Hipotesis.....	18
II.5 Kerangka Berpikir	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
III.1 Desain Penelitian.....	21
III.2 Populasi dan Sampel	22
III.3 Variabel Penelitian	23
III.4 Definisi Operasionalisasi Konsep	24
III.5 Teknik Pengumpulan Data	26
III.6 Metode Analisis Data	27
III.7 Waktu dan Tempat Penelitian	33
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	34
IV.1 Profil Objek Penelitian	34
IV.2 Profil Subjek Penelitian.....	37
IV.3 Analisis Penelitian.....	39
IV.4 Analisis Variabel	56
IV.5 Uji Korelasi	58

IV.6	Uji Koefisien Determinasi.....	59
IV.7	Uji Regresi.....	60
IV.8	Uji Hipotesis.....	61
IV.9	Pembahasan Hasil Penelitian	63
BAB V PENUTUP.....		66
V.1	Kesimpulan.....	66
V.2	Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA		69
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2	Operasionalisasi Variabel X.....	24
Tabel 3	Operasionalisasi Variabel Y.....	25
Tabel 4	Bobot Penelitian Berdasarkan Skala Likert	27
Tabel 5	Hasil Uji Validitas (X)	28
Tabel 6	Hasil Uji Validitas (Y)	29
Tabel 7	Nilai <i>Alpha Cronbach's</i>	30
Tabel 8	Reliabilitas Variabel X.....	31
Tabel 9	Reliabilitas Variabel Y.....	31
Tabel 10	Interpretasi Korelasi	32
Tabel 11	Pernyataan 1	40
Tabel 12	Pernyataan 2	41
Tabel 13	Pernyataan 3	41
Tabel 14	Pernyataan 4.....	42
Tabel 15	Pernyataan 5.....	43
Tabel 16	Pernyataan 6.....	44
Tabel 17	Pernyataan 7.....	45
Tabel 18	Pernyataan 8.....	45
Tabel 19	Pernyataan 9.....	46
Tabel 20	Pernyataan 10.....	47
Tabel 21	Pernyataan 11.....	48
Tabel 22	Pernyataan 12.....	49
Tabel 23	Pernyataan 13.....	50
Tabel 24	Pernyataan 14.....	50
Tabel 25	Pernyataan 15.....	51
Tabel 26	Pernyataan 16.....	52
Tabel 27	Pernyataan 17.....	53
Tabel 28	Pernyataan 18.....	54
Tabel 29	Pernyataan 19.....	55
Tabel 30	<i>Brand Ambassador</i>	57
Tabel 31	<i>Brand Awareness</i>	58
Tabel 32	Analisis Hasil Uji Korelasi.....	59
Tabel 33	Uji Koefisien Determinasi.....	60
Tabel 34	Uji Regresi.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir	20
Gambar 2 Logo Vivo <i>Smartphone</i>	34
Gambar 3 Vivo V5	35
Gambar 4 Logo PoliMedia.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Pengesahan A2.2
Lampiran 2	Lembar Pengesahan A5
Lampiran 3	Surat Permohonan Riset
Lampiran 4	Surat Pengantar Riset
Lampiran 5	Kuesioner
Lampiran 6	Hasil Kuesioner
Lampiran 7	Dokumentasi