



Judul Tugas Akhir:

Pengaruh Brand Ambassador Eric Cantona Terhadap Brand Image CARSOME (Survei Pada Followers Instagram @carsomeindonesia)

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Adinda Reszky Akbar

NIM : 1810411261



**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jakarta**

2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Adinda Reszky Akbar

NIM : 1810411261

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang sudah saya tulis adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan semua sumber yang dikutip dan dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari ternyata tulisan/naskah saya tidak sesuai dengan pernyataan ini, maka saya bersedia untuk dituntut dan diproses sesuai ketentuan yang berlaku. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Mei 2023

Yang Menyatakan



Adinda Reszky Akbar

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adinda Reszky Akbar
NIM : 1810411261
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan Ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Brand Ambassador Eric Cantona Terhadap Brand Image CARSOME (Survei Pada Followers Instagram @carsomeindonesia)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihkan 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.

Yang Menyatakan,



Adinda Reszky Akbar

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : ADINDA PESTKY AKBAR
NIM : 1010411261
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
JUDUL : PENGARUH BRAND AMBASADOR ERIC CANTONA
TERHADAP BRAND IMAGE CARLUME .

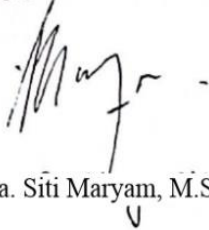
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Windhi Tia Saputra, S.Sos. M.Si)

Penguji 1



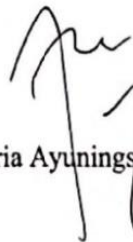
(Dra. Siti Maryam, M.Si)

Penguji 2



(Intan Puri Cahyani, M.Ikom.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Fitria Ayuningstiyas S.Sos. M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian :

Pengaruh Brand Ambassador Eric Cantona Terhadap Brand Image CARSOME (Survei Pada Followers Instagram @carsomeindonesia)

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Eric Cantona sebagai brand ambassador memiliki pengaruh terhadap brand image CARSOME dan untuk mengembangkan ilmu komunikasi dalam komunikasi pemasaran, khususnya dalam penggunaan brand ambassador untuk brand image. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif eksplanatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengoleksi data melalui metode survey untuk mengumpulkan data serta informasi yang berkaitan dengan populasi besar menggunakan sampel kecil. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, berdasarkan uji korelasi yang dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan t hitung sebesar 10,598, maka hasil penelitian menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Terdapat Pengaruh Brand Ambassador Eric Cantona terhadap Brand Image CARSOME dengan dasar pengambilan keputusan T Hitung (10,598) > T Tabel (1,660) atau nilai signifikansi penelitian 0,000 < margin error penelitian (0,05). Hasil penelitian tersebut menunjukkan pengaruh positif dari variabel bebas brand ambassador terhadap brand image. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan, bahwa terdapat Pengaruh Brand Ambassador Eric Cantona terhadap Brand Image CARSOME, pengaruh Brand Ambassador Eric Cantona terhadap Brand Image CARSOME sebesar 53,4%, sementara sisanya yaitu sebesar 56,6% dapat dipengaruhi oleh variabel di luar dari variabel penelitian.

Kata Kunci: *Brand Image CARSOME, Brand Ambassador, Komunikasi*

The Effect of Brand Ambassador Eric Cantona on CARSOME's Brand Image (Survey on Instagram Followers of @carsomeindonesia)

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out whether Eric Cantona as a brand ambassador has an influence on the CARSOME brand image and to develop communication knowledge in marketing communications, especially in the use of brand ambassadors for brand image. The research method used is explanative quantitative research. Data collection techniques are carried out by collecting data through survey methods to collect data and information related to large populations using small samples. The data sources used in this research are primary data and secondary data. The results showed that, based on the correlation test carried out, a significance value of 0.000 was obtained with a T count of 10.598, so the results showed that H_0 was rejected and H_a was accepted, meaning that there is an influence of Brand Ambassador Eric Cantona on CARSOME's Brand Image on the basis of decision making $T \text{ Count } (10.598) > T \text{ Table } (1.660)$ or research significance value of $0.000 < \text{research margin of error } (0.05)$. The results of this research indicate the positive influence of the brand ambassador independent variable on brand image. From the research results, it can be concluded that there is an Influence of Brand Ambassador Eric Cantona on the CARSOME Brand Image, the effect of Brand Ambassador Eric Cantona on CARSOME's Brand Image is 53.4%, while the remaining 56.6% can be influenced by variables outside of the research variables.

Keywords: *Brand Image CARSOME, Brand Ambassador, Communication*

KATA PENGANTAR

Salam sejahtera, Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan berkat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Brand Ambassador Eric Cantona Terhadap Brand Image CARSOME (Survei Pada Followers Instagram @carsomeindonesia)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Tentunya pembuatan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bimbingan, bantuan, dan dukungan dari pihak-pihak terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, saya mengucapkan terima kasih dan hormat yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang terkait, yaitu:

1. Windhi Tia Saputra, S.Sos. M.Si. selaku Dosen Pembimbing I, saya ucapkan terima kasih banyak atas segala bimbingan, saran dan bantuannya dari awal proses penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPNVJ yang telah banyak memberikan informasi terkait pelaksanaan skripsi.
3. Seluruh dosen dan staff Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta yang telah membantu dalam hal memberikan ilmu, masukan, saran yang mendukung kelancaran penyusunan skripsi ini.
4. Para responden dan informan yaitu followers @carsomeindonesia dalam penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu memberikan jawaban informasi untuk penelitian ini.
5. Kedua orang tua yaitu Ayahanda M. Akil Mochtar dan Ibunda Dwiyana Sriwardhani, Nini Sri Wahyuningsih, Papa Anto Sudaryanto, Mama Melani Quintania dan Adik Almanda Fauzia yang senantiasa memberikan motivasi, mendoakan, dan fasilitas yang menunjang kebutuhan skripsi penulis.
6. Gladys Sara Sagala yang telah memberikan dukungan penuh baik secara edukatif, emosional, fisik, serta perangkat dalam proses penyusunan skripsi.
7. Alvin Nurilham, Rio Aurelio, Ardhanie Amrullah, Farhan Kamil Rabbani, Matthew Ewaldo, Arsyia Dendra, Dyka Sudaryanto, Rafi Malik, KOTAB, rekan-rekan Fourtyfive Radio Batch X, dan teman dekat penulis lainnya yang selalu memberikan semangat, kekuatan, dukungan dan hiburan serta masukan selama proses penyusunan skripsi.

Saya menyadari bahwa skripsi yang telah saya buat masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saya mengharapkan kritik dan saran atas penulisan skripsi ini agar dapat menjadi acuan dan bekal pengalaman bagi saya sehingga saya mampu melakukan yang lebih baik di masa yang akan datang. Saya harap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, 29 Mei 2023



Adinda Reszky Akbar

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.1. Rumusan Masalah	15
1.2 Tujuan Penelitian.....	15
1.3 Manfaat Penelitian	15
1.4 Sistematika Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1. Konsep & Teori Penelitian	17
2.1.1. Brand Ambassador	17
2.1.2. Brand Image	19
2.1.3. Hubungan Antara Brand Ambassador dengan Brand Image	23
2.1.4. Elaboration Likelihood Theory	23
2.2. Kerangka Berpikir	24
2.3. Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1. Objek Penelitian	26
3.1.1 Populasi	26
3.1.2 Sampel.....	26
3.2. Jenis Penelitian.....	28
3.3. Teknik Pengumpulan Data	28
3.4. Sumber Data.....	29
3.4.3 Uji Validitas	40
3.4.4 Uji Reliabilitas	45
3.5. Teknik Analisis Data.....	47
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.5.2 Uji Normalitas	47
3.5.3 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	48
3.5.4 Koefisien Korelasi.....	48
3.5.5 Uji Hipotesis (Uji T)	49

3.5.6	Koefisien Determinasi.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1.	Hasil Penelitian	50
4.1.1	Karakteristik Responden	50
4.1.2	Analisis Indeks Jawaban Responden terhadap <i>Brand Ambassador</i> (Variabel X).....	54
4.1.3	Analisis Indeks Jawaban Responden terhadap <i>Brand image</i> (Variabel Y)	56
4.2.	Hasil Analisis Data.....	57
4.2.1	Uji Hipotesis (Uji T).....	60
4.2.2	Uji Koefisien Determinasi.....	61
4.3.	Pembahasan.....	62
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....		65
5.1.	Kesimpulan	65
5.2.	Saran.....	65
5.2.1	Saran Praktis.....	65
5.2.3	Saran Teoritis	66
DAFTAR PUSTAKA		67
Jurnal & Skripsi.....		67
Artikel		69
LAMPIRAN.....		71
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....		71
Lampiran 2: Hasil Kuesioner		77
Lampiran 3: Dokumentasi		82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Mobil Di Negara Anggota ASEAN.....	4
Tabel 1.2. Rating Aplikasi Platform Jual Beli Mobil Online.....	9
Tabel 3.1. Skala Likert.....	30
Tabel 3.2. Operasional Variabel	30
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Variabel Brand Ambassador	33
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image	35
Tabel 3.5. Tingkat Reliabilitas Alpha Cronbach	37
Tabel 3.6. Hasil Uji Reliabilitas.....	38
Tabel 3.7. Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan.....	40
Tabel 3.8. Tabel Rencana Waktu.....	41
Tabel 4.1. Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2. Apakah anda berusia 17 tahun keatas?	43
Tabel 4.3. Usia Responden	43
Tabel 4.4. Apakah anda mengikuti akun Instagram @carsomeindonesia?	44
Tabel 4.5. Pekerjaan Responden.....	44
Tabel 4.6. Apakah anda berdomisili di Indonesia	45
Tabel 4.7. Apakah anda pernah menggunakan platform CARSOME?	46
Tabel 4.8. Apakah anda sudah mengetahui Eric Cantona sebelum menjadi Brand Ambassador CARSOME?	46
Tabel 4.9. Pernyataan 1 Eric Cantona adalah seseorang yang populer dan banyak dikenali	47
Tabel 4.10. Pernyataan 2 Eric Cantona merupakan seseorang yang dikagumi masyarakat.....	47
Tabel 4.11. Pernyataan 3 Eric Cantona adalah seseorang yang disukai masyarakat	48
Tabel 4.12. Pernyataan 4 Eric Cantona memiliki reputasi yang baik	49
Tabel 4.13. Pernyataan 5 Eric Cantona memiliki citra diri yang menarik.....	49
Tabel 4.14. Pernyataan 6 Eric Cantona mampu membentuk citra diri yang positif	50
Tabel 4.15. Pernyataan 7 Eric Cantona merupakan seseorang yang sesuai untuk merepresentasikan sebuah brand	50
Tabel 4.16. Pernyataan 8 Eric Cantona memiliki gaya hidup dan pekerjaan yang sesuai untuk menjadi Brand Ambassador	51
Tabel 4.17. Pernyataan 9 Eric Cantona memiliki personality yang sesuai untuk menjadi seorang Brand Ambassador.....	52
Tabel 4.18. Pernyataan 10 Eric Cantona mampu menyampaikan informasi terkait layanan atau produk dengan jelas	52
Tabel 4.19. Pernyataan 11 Eric Cantona dianggap memiliki keahlian untuk mempromosikan suatu produk atau layanan.....	53
Tabel 4.20. Pernyataan 12 Eric Cantona memiliki keahlian dalam penyampaian sebuah pesan	54
Tabel 4.21. Pernyataan 13 Eric Cantona mampu membuat saya percaya dengan layanan dan produk yang dipromosikan	54
Tabel 4.22. Pernyataan 14 Eric Cantona dapat dipercaya ketika menyampaikan pesan.....	55
Tabel 4.23. Pernyataan 15 Eric Cantona mempromosikan produk sesuai dengan kenyataan	55

Tabel 4.24. Pernyataan 16 Eric Cantona memiliki penampilan yang menarik.....	56
Tabel 4.25. Pernyataan 17 Eric Cantona memiliki personality yang sesuai untuk menjadi brand ambassador.....	57
Tabel 4.26. Pernyataan 18 Eric Cantona memiliki karisma yang mampu menarik audiens	57
Tabel 4.27. Pernyataan 19 Eric Cantona memiliki gaya hidup yang sama dengan saya.....	58
Tabel 4.28. Pernyataan 20 Eric Cantona mampu merepresentasikan gaya hidup yang sesuai dengan saya.....	58
Tabel 4.29. Pernyataan 21 Eric Cantona mampu menggambarkan kesamaan gaya hidup dengan saya	59
Tabel 4.30. Pernyataan 22 Eric Cantona mampu meyakinkan saya bahwa produk yang dipromosikan merupakan produk yang terjamin kualitasnya.....	60
Tabel 4.31. Pernyataan 23 Eric Cantona mampu meyakinkan saya bahwa layanan yang diberikan oleh produk yang dipromosikan merupakan layanan yang terpercaya	60
Tabel 4.32. Pernyataan 24 Eric Cantona mampu meyakinkan saya untuk menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan	61
Tabel 4.33. Pernyataan 25 Eric Cantona mampu meyakinkan saya untuk membeli produk melalui layanan yang dipromosikan	62
Tabel 4.34. Pernyataan 26 Eric Cantona mampu mengajak konsumen untuk menggunakan layanan produk yang dipromosikan.....	62
Tabel 4.35. Pernyataan 27 Eric Cantona mampu mengajak konsumen mengikuti media sosial produk yang dipromosikan.....	63
Tabel 4.36. Pernyataan 28 Eric Cantona mampu mengajak konsumen untuk membeli produk melalui layanan yang dipromosikan	64
Tabel 4.37. Pernyataan 29 Eric Cantona mampu membuat saya menjadi tertarik menggunakan layanan yang dipromosikan.....	64
Tabel 4.38. Pernyataan 30 Eric Cantona mampu membuat saya mengikuti konten media sosial produk atau layanan yang dipromosikan.....	65
Tabel 4.39. Pernyataan 31 Eric Cantona mampu mempengaruhi persepsi konsumen mengenai brand yang di promosikan.....	66
Tabel 4.40. Pernyataan 32 Eric Cantona mampu mempengaruhi saya untuk membeli produk melalui layanan yang dipromosikan	66
Tabel 4.41. Pernyataan 33 Saya percaya kualitas produk CARSOME memiliki kualitas dengan standar tinggi.....	67
Tabel 4.42. Pernyataan 34 Saya percaya bahwa layanan yang diberikan CARSOME Berkualitas	68
Tabel 4.43. Pernyataan 35 Saya percaya bahwa kualitas produk dan layanan yang ditawarkan CARSOME mampu bersaing di pasaran	68
Tabel 4.44. Pernyataan 36 Saya percaya bahwa menjual atau membeli mobil melalui CARSOME mudah	69
Tabel 4.45. Pernyataan 37 Saya percaya bahwa website CARSOME mempermudah transaksi jual-beli mobil.....	70
Tabel 4.46. Pernyataan 38 Saya percaya bahwa layanan booking test drive CARSOME mempermudah transaksi membeli mobil.....	70

Tabel 4.47. Pernyataan 39 Saya percaya bahwa harga yang ditawarkan CARSOME Menarik.....	71
Tabel 4.48. Pernyataan 40 Saya percaya bahwa harga yang ditawarkan CARSOME Bersaing	71
Tabel 4.49. Pernyataan 41 Saya percaya bahwa harga yang ditawarkan CARSOME murah	72
Tabel 4.50. Pernyataan 42 Saya percaya bahwa CARSOME merupakan salah satu platform jual-beli mobil terpercaya dalam industri otomotif.....	73
Tabel 4.51. Pernyataan 43 Saya percaya bahwa CARSOME memiliki persepsi yang baik dikalangan masyarakat	73
Tabel 4.52. Pernyataan 44 Saya percaya bahwa CARSOME tidak akan terjerat masalah penipuan terkait produk dan layanan yang diberikan	74
Tabel 4.53. Pernyataan 45 Saya merasa informasi mengenai produk CARSOME mudah dimengerti	75
Tabel 4.54. Pernyataan 46 Saya merasa informasi mengenai layanan CARSOME mudah Dimengerti.....	75
Tabel 4.55. Pernyataan 47 Saya mengetahui seluruh informasi terkait produk dan layanan CARSOME	76
Tabel 4.56. Pernyataan 48 Saya mampu mengidentifikasi ciri khas layanan yang diberikan CARSOME dibandingkan pesaing	76
Tabel 4.57. Pernyataan 49 Saya merasa layanan yang diberikan oleh CARSOME menarik.....	77
Tabel 4.58. Pernyataan 50 Saya percaya layanan yang diberikan oleh CARSOME berbeda dari para pesaing.....	78
Tabel 4.59. Pernyataan 51 Saya merasa produk yang ditawarkan CARSOME lebih variatif.....	78
Tabel 4.60. Pernyataan 52 Saya merasa variasi produk yang ditawarkan oleh CARSOME dapat memudahkan saya dalam memilih produk.....	79
Tabel 4.61. Pernyataan 53 Saya merasa variasi produk yang ditawarkan CARSOME banyak yang menarik	80
Tabel 4.62. Uji Normalitas	81
Tabel 4.63. Uji Regresi Linear Sederhana	82
Tabel 4.64. Uji Korelasi.....	83
Tabel 4.65. Uji Hipotesis	84
Tabel 4.66. Koefisien Determinasi	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Penjualan Mobil Baru Indonesia 2022	5
Gambar 1.2. Penjualan Mobil Bekas Melonjak.....	6
Gambar 1.3. Fenomena Menjamurnya Marketplace Online Jual Beli Mobil Bekas	7
Gambar 1.4. Iklan CARSOME.....	8
Gambar 1.5. Contoh Penggunaan Brand Ambassador	12
Gambar 1.6. Contoh Penggunaan Brand Ambassador	13
Gambar 1.7. Contoh Penggunaan Brand Ambassador	14
Gambar 2.1. Elaboration Likelihood Model.....	18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 2: Hasil Kuesioner	77
Lampiran 3: Dokumentasi.....	82