

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* PRODUK POTABEE TERHADAP
TINGKAT *BRAND AWARENESS*
(Survei kepada Siswa/i SMA Negeri 6 Tangerang Selatan)**

Dellananda Rizki Putri

Abstrak

Latar belakang dalam penelitian ini membahas tentang mengonsumsi makanan ringan di saat waktu bersantai. PT Calbee Wings yang merupakan kerjasama antara perusahaan Calbee yang berasal dari Jepang dan Wings yang berasal Indonesia menghadirkan makanan ringan yang berbahan dasar kentang yaitu, Potabee. Salah satu kegiatan periklanan yang dilakukan oleh Potabee adalah beriklan dengan media televisi untuk membentuk *brand awareness* di benak konsumen. Tujuan penelitian untuk mengukur seberapa kuat pengaruh *brand ambassador* produk Potabee terhadap tingkat *brand awareness* (survei kepada siswa/i SMA Negeri 6 Tangerang Selatan). Teori yang digunakan adalah teori *brand ambassador* yang mempunyai karakteristik VisCap yang dihubungkan dengan *brand awareness*. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian eksplanatif dengan metode survei ke lapangan dengan menyebar kuesioner sebagai bahan penelitian. Penelitian ini diambil dari siswa/i SMA Negeri 6 Tangerang Selatan. Hasil dari penelitian ini mendapatkan hasil 52,8% yang artinya, tingkat *brand awareness* ditentukan oleh *brand ambassador*. Dan terdapat pengaruh *brand ambassador* produk Potabee terhadap tingkat *brand awareness* bagi siswa/i SMA Negeri 6 Tangerang Selatan. Saran agar PT Calbee Wings dapat menyesuaikan pemilihan *brand ambassador* dengan target pasar yang ingin dicapai untuk membentuk *brand awareness* yang sesuai dengan keinginan perusahaan.

Kata Kunci : *Brand Ambassador, Brand Awareness, Potabee*

**THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR PRODUCT POTABEE TO
BRAND AWARENESS LEVEL
(SURVEY CONDUCTED IN STUDENT SMA 6 SOUTH TANGERANG)**

Dellananda Rizki Putri

Abstract

The background in this research is about consuming snacks during leisure time. PT Calbee Wings, a joint venture between a Japanese company Calbee and Wings from Indonesia, presents a potato-based snack, Potabee. One of the advertising activities conducted by Potabee is advertising with television media to form brand awareness in the minds of consumers. The objective of the study was to measure how strong Potabee brand ambassador's impact on brand awareness level (survey to students of SMA Negeri 6 Tangerang Selatan). The theory used is the brand ambassador theory that has VisCap characteristics associated with brand awareness. The research method used is quantitative by using explanative type of research with survey method to the field by spreading the questionnaire as research material. This research was taken from students of SMA Negeri 6 Tangerang Selatan. Result of this research get result 52,8% which means, Brand Awareness level determined by Brand Ambassador. And there is influence Potumpee brand ambassador product to the level of brand awareness for students of SMA Negeri 6 Tangerang Selatan. Suggestions for PT Calbee Wings can adjust the selection of brand ambassador with the target market to achieve to form a brand awareness in accordance with the wishes of the company.

Keywords: Brand Ambassador, Brand Awareness, Potabee