

## DAFTAR ISI

COVER	
FORMULIR PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TESIS .....	i
PERSETUJUAN TIM PENGUJI .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	11
1.4 Tujuan Penelitian .....	12
1.5 Signifikansi Penelitian .....	12
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	15
2.1 DASAR TEORI .....	15
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.2.1 Tahapan Komunikasi Pemasaran .....	16
2.1.2.2 Komponen Strategi Pemasaran .....	17
3.2.1 Brand Ambassador (Duta Merk).....	18
3.1.2.1 Definisi Brand Ambassador .....	18
3.1.2.2 Karakteristik Brand Ambassador .....	20
3.1.3 Brand Image (Citra Merk).....	23
3.1.3.1 Definisi Brand Image .....	23
3.1.3.2 Karakteristik Brand Image .....	24
3.1.4 Brand Awareness (Kesadaran Merk) .....	27
2.2 PENELITIAN TERDAHULU .....	29

2.3 KERANGKA BERPIKIR.....	31
<b>BAB 3 METODOLOGI.....</b>	<b>33</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	33
3.2 Model Penelitian dan Hipotesis .....	33
3.2.1 Hubungan Brand Ambassador dengan Brand Awareness Produk Skincare Somethinc .....	34
3.2.2 Hubungan Brand Ambassador dengan Brand Image Produk Skincare Somethinc.....	34
3.2.3 Hubungan Brand Image dengan Brand Awareness dengan Produk Skincare Somethinc .....	35
3.3 Metode Penelitian.....	36
3.4 Sumber dan Pengambilan Data .....	37
3.4.1 Sumber Data.....	37
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.3 Pengambilan Data .....	38
3.5 Unit Analisis.....	39
3.6 Operasionalisasi Variabel.....	39
3.7 Teknik Analisis .....	42
3.7.1 Uji Convergent Validity .....	43
3.7.2 Uji Discriminant Validity.....	43
3.7.3 Uji Composite Reliability .....	44
3.7.4 Statistik Deskriptif .....	44
3.7.5 Analisis Partial Least Square (PLS).....	44
3.7.6 Uji Inner Model.....	45
3.7.7 Uji Hipotesis.....	46
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	48
4.1.1 Uji Instrumen Penelitian .....	48
4.1.2 Demografi Responden.....	50
4.1.3 Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51

4.1.4 Demografi Responden Berdasarkan Usia .....	51
4.1.5 Demografi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	52
4.1.6 Analisis Deskriptif .....	53
4.2 Analisis Outer Model .....	79
4.2.1 Uji Reliabilitas .....	80
4.2.2 Uji Validitas Konvergen .....	81
4.2.3 Uji Diskriminan.....	82
4.3 Analisis Inner Model.....	83
4.3.1 Uji Path Coefficient.....	84
4.3.2 Uji F Square .....	85
4.3.3 Uji R Square.....	85
4.3.4 Nilai Q Square.....	86
4.3.5 Goodness of Fit (GoF) Inner Model.....	87
4.3.6 Hasil Pengujian Hipotesis .....	88
4.4 Pembahasan.....	90
4.4.1 Brand Ambassador Secara Positif Dipengaruhi Oleh Brand Image.....	90
4.4.2 Brand Ambassador Secara Positif Dipengaruhi oleh Brand Awareness .....	92
4.4.3 Brand Image Secara Positif Dipengaruhi oleh Brand Awareness .....	92
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>94</b>
5.1 Kesimpulan .....	94
5.2 Saran.....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert .....	38
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	39
Tabel 4.1 Hasil Validity Test dan Reability Test .....	49
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia .....	51
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan pendidikan .....	52
Tabel 4.5 Kriteria Penilaian Berdasarkan Rentang Skor .....	53
Tabel 4.6 Han So hee sebagai Brand Ambassador Somethinc membuat saya lebih tertarik untuk mengetahui tentang produk Somethinc .....	54
Tabel 4.7 Keberadaan Han So hee sebagai Brand Ambassador membuat produk Somethinc menjadi lebih dikenal .....	54
Tabel 4.8 Saya melihat Han So hee sebagai sumber inspirasi atau panutan dalam menggunakan produk skincare Somethinc. ....	55
Tabel 4.9 Saya percaya bahwa Han So hee memiliki pengetahuan yang cukup tentang perawatan kulit untuk menjadi Brand Ambassador Somethinc .....	56
Tabel 4.10 Kemampuan akting Han So hee membuat saya percaya bahwa dia dapat mengkomunikasikan manfaat produk skincare Somethinc dengan efektif. ....	56
Tabel 4.11 Saya merasa bahwa kehadiran Han So hee sebagai Brand Ambassador membuat produk Somethinc terlihat lebih meyakinkan dan terpercaya bagi saya sebagai konsumen. ....	57
Tabel 4.12 Saya merasa terhubung dengan Han So hee karena memiliki minat atau karakteristik yang sama dengan saya. ....	58
Tabel 4.13 Saya merasa bahwa Han So hee memberikan kesan yang positif terhadap produk Somethinc, membuat saya ingin memilikinya juga. ....	58

Tabel 4.14 Saya merasa bahwa Han So hee adalah sosok yang mudah didekati dan memiliki kemampuan untuk membangun hubungan yang baik dengan publik. ....	59
Tabel 4.15 Kehadiran Han So hee sebagai Brand Ambassador dapat mempengaruhi keputusan pembelian saya terhadap produk skincare Somethinc. ....	60
Tabel 4.16 Saya percaya bahwa Han So hee memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk opini dan preferensi konsumen terhadap produk Somethinc. ....	61
Tabel 4.17 Saya yakin bahwa Han So hee dapat membantu meningkatkan penjualan produk Somethinc melalui promosi dan dukungan yang diberikannya. ....	61
Tabel 4.18 Analisis Deskriptif brand ambassador .....	62
Tabel 4.19 Saya percaya bahwa keberadaan Han So hee sebagai brand ambassador untuk produk skincare Somethinc dapat meningkatkan brand image produk ini.....	64
Tabel 4.20 Peran Han So hee sebagai brand ambassador dapat memperkuat hubungan antara merek Somethinc dengan konsumen.....	65
Tabel 4.21 Saya percaya bahwa citra positif Somethinc sebagai merek skincare terpercaya akan tetap berlanjut di masa depan .....	66
Tabel 4.22 Saya yakin bahwa produk skincare dari Somethinc memberikan manfaat yang baik untuk perawatan kulit saya.....	66
Tabel 4.23 Produk Somethinc dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan saya terkait perawatan kulit .....	67
Tabel 4.24 Saya sering merekomendasikan produk-produk Somethinc kepada teman atau keluarga saya.....	67
Tabel 4.25 Produk skincare Somethinc memiliki keunikan yang membedakannya dari merek skincare lainnya di pasaran, sehingga sulit untuk saya lupakan .....	68

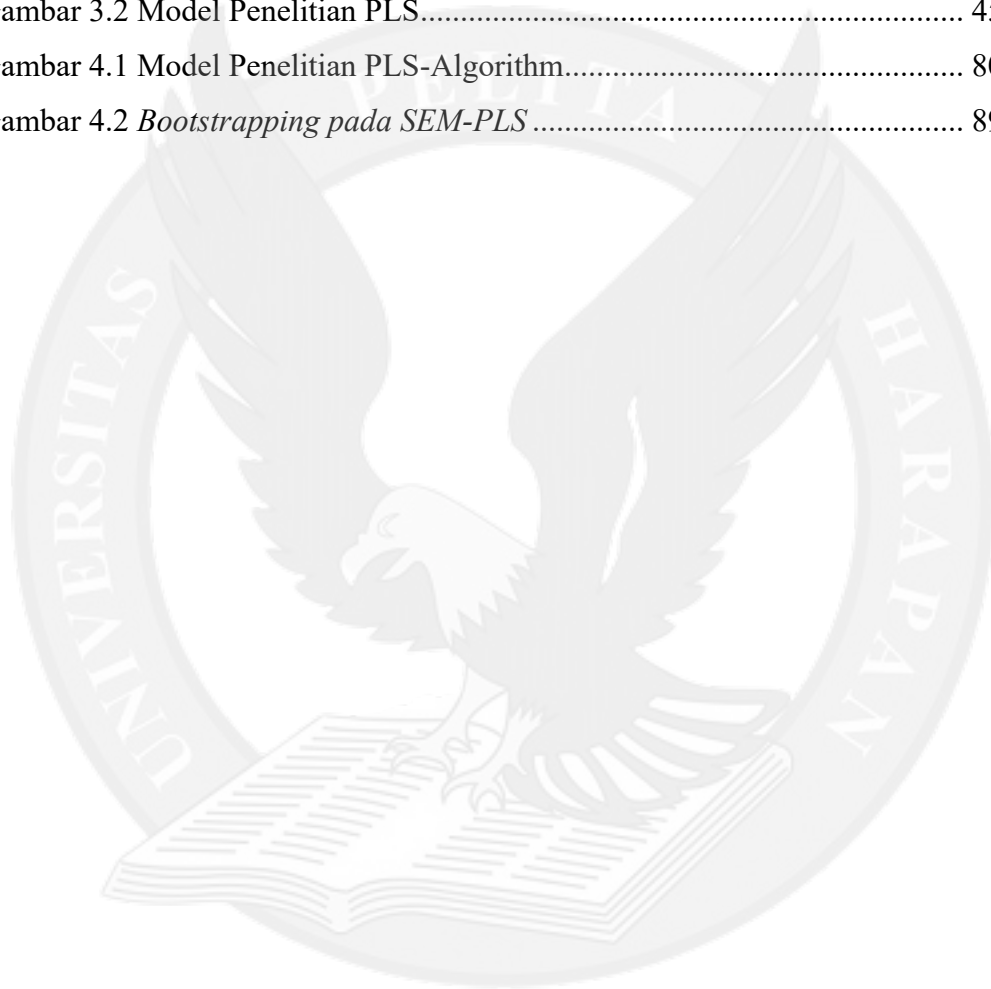
Tabel 4.26 Saya cenderung tertarik untuk mencoba produk-produk baru dari Somethinc karena Somethinc menawarkan kerbagai jenis produk yang berbeda dari merek lainnya.....	69
Tabel 4. 27 Analisis Deskriptif brand image .....	70
Tabel 4.28 Merek Somethinc selalu hadir di benak saya ketika saya membutuhkan produk perawatan kulit .....	71
Tabel 4.29 Ketika berbicara tentang produk skincare, pikiran saya seringkali langsung tertuju pada merek Somethinc.....	72
Tabel 4.30 Saya dapat dengan mudah mengidentifikasi merek Somethinc ketika melihat logo atau kemasannya.....	72
Tabel 4.31 Saya sering melihat iklan atau promosi yang menampilkan merek Somethinc .....	73
Tabel 4.32 Saya mengenali merek Somethinc dari pengalaman saya atau rekomendasi dari orang lain .....	74
Tabel 4.33 Saya sering memilih produk skincare dari merek Somethinc saat berbelanja.....	74
Tabel 4.34 Ketika memutuskan untuk membeli produk skincare, merek Somethinc adalah salah satu yang selalu saya pertimbangkan.....	75
Tabel 4.35 Saya cenderung memilih produk skincare dari merek Somethinc dibanding merek lain .....	75
Tabel 4.36 Saya menggunakan produk skincare dari merek Somethinc secara teratur dalam rutinitas perawatan kulit saya .....	76
Tabel 4.37 Produk-produk dari merek Somethinc adalah bagian penting dari perawatan kulit harian saya .....	77
Tabel 4.38 Saya merasa puas dengan pengalaman penggunaan produk skincare dari merek Somethinc.....	77
Tabel 4.39 Analisis Deskriptif brand awareness.....	78
Tabel 4.40 Hasil Uji Reabilitas .....	80
Tabel 4.41 Uji Validitas Konvergen .....	81
Tabel 4.42 Validitas Diskriminan (Fornell-Larcker Criteration).....	82

Tabel 4.43 Hasil Uji Path Coefficient.....	84
Tabel 4.44 Data F-Square .....	85
Tabel 4.45 Analisis R2.....	86
Tabel 4.46 Analisis Q2.....	87
Tabel 4.47 GoF Inner Model.....	88
Tabel 4.48 Analisis T - Statistic.....	89



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pangsa Pasar Beauty .....	3
Gambar 1.2 Produk Somethinc X Han So Hee .....	9
Gambar 1.3 Grafik 10 Brand Skincare Terlaris di E-Commerse .....	10
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	31
Gambar 3.1 Model Penelitian .....	33
Gambar 3.2 Model Penelitian PLS.....	45
Gambar 4.1 Model Penelitian PLS-Algorithm.....	80
Gambar 4.2 <i>Bootstrapping pada SEM-PLS</i> .....	89





**LAMPIRAN**

LAMPIRAN.....103

