

ABSTRAK

Kevin Halim (00000007678)

PENGARUH KREDIBILITAS STEPHEN CURRY TERHADAP *BRAND IMAGE* DARI UNDER ARMOUR YANG DI IKLANKAN MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DI MATA MAHASISWA UPH

(xiv + 72 halman, 4 halaman lampiran, 19 tabel, 11 gambar.)

Kata kunci: Kredibilitas, *Brand Image*, Under Armour, NBA, *Purposive sampling*)

Di era globalisasi ini, perkembangan komunikasi sangatlah pesat, terutama dengan kehadiran internet, dan sosial media yang membantu manusia untuk mendapatkan informasi, dan membantu perusahaan untuk mengiklankan produk mereka melalui internet terutama sosial media. Dengan kehadiran internet, *public figure* juga semakin mudah dijangkau dan dilihat oleh masyarakat, dan hal ini menjadikan *endorse* sebagai salah satu metode untuk membuat suatu produk dikenal masyarakat. Salah satu pekerjaan yang sering digunakan oleh perusahaan sebagai *endorser* adalah atlet. Stephen Curry adalah salah satu atlet NBA yang digunakan sebagai *endorser* dari perusahaan Under Armour. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah ada hubungan antara kredibilitas dari Stephen Curry kepada *brand image* dari Under Armour, terutama yang di iklankan melalui sosial media Instagram, di mata mahasiswa UPH. Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada mahasiswa UPH yang bermain basket dan menggunakan metode *purposive sampling*, kemudian jawaban responden terhadap kedua variabel akan dikorelasikan dengan metode korelasi pearson, kemudian di analisa. Hasil korelasi pada penelitian ini adalah sebesar 42.2%, yang menandakan korelasi antara kedua variabel cukup kuat.

Referensi: 27 (1961 – 2017)

ABSTRACT

Kevin Halim (00000007678)

THE EFFECT OF STEPHEN CURRY'S CREDIBILITY TOWARDS THE BRAND IMAGE OF UNDER ARMOUR THAT ADVERTISED BY INSTAGRAM SOCIAL MEDIA IN THE EYES OF UPH STUDENTS.

(xiv + 72 pages, 4 apendices, 19 tables, 11 pictures.)

Key words: Credibility, Brand Image, Under Armour, NBA, Purposive Sampling

In this globalization era, the development of communication is very rapid, especially with the presence of internet and social media that helps humans to gain information and help corporation to advertise their product with internet and social media. With the presence of internet, it's easier for people to see and access the information of public figure, and that makes endorse as one of the method to make a product to be known by public. One of the occupation that's known to be used by corporation to endorse their product is athlete. Stephen Curry is one of the NBA athlete that endorse the product of Under Armour. The purpose of this research is to see is there any relation between the credibility of Stephen Curry towards Under Armour's Brand Image, especially the one that advertised by social media, Instagram from the perspective of UPH students. This research will use quatitative research method and the data will be gathered with questionnaire. The questionnaire will distributed to UPH students that play basketball and the sampling method is purposive sampling, and the answer for both of the variables will be correlated with Pearson's corellation and analyzed. The result of this research shows that the correlation between the two variables is 42.2% which means the correlation is moderately strong.

Reference: 27 (1961 – 2017)