

**PERBANDINGAN EFEKTIVITAS BRAND AMBASSADOR
INTERNASIONAL DAN NASIONAL
(STUDI KASUS BRAND AMBASSADOR BLACKPINK DAN DIDI
KEMPOT PADA SHOPEE)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen pada Program Studi Manajemen**



Disusun Oleh:

Panji Pratama Rusli

NIM. 1701614

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

BANDUNG

2021

PANJI PRATAMA RUSLI, 2021

*PERBANDINGAN EFEKTIVITAS BRAND AMBASSADOR INTERNASIONAL DAN NASIONAL (STUDI
KASUS BRAND AMBASSADOR BLACKPINK DAN DIDI KEMPOT PADA SHOPEE)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**PERBANDINGAN EFEKTIVITAS BRAND AMBASSADOR
INTERNASIONAL DAN NASIONAL
(STUDI KASUS BRAND AMBASSADOR BLACKPINK DAN DIDI
KEMPOT PADA SHOPEE)**

Oleh

Panji Pratama Rusli

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis

© Panji Pratama Rusli 2021

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2021

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
PERBANDINGAN EFEKTIVITAS BRAND AMBASSADOR
INTERNASIONAL DAN NASIONAL
(STUDI KASUS BRAND AMBASSADOR BLACKPINK DAN DIDI
KEMPOT PADA SHOPEE)

Panji Pratama Rusli

1701614

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen
Pembimbing I



Dr. Heny Hendrayati, S.IP., MM

NIP: 19761011 200501 2 002

Dosen Pembimbing II



Arief Budiman, S.S., S.Sos., IMSMEs

NIP: HD00000122

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Heny Hendrayati, S.IP., MM

NIP: 19761011 200501 2 002

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG

2021

ABSTRAK

Panji Pratama Rusli (1701614) “Perbandingan Efektivitas Brand Ambassador Internasional dan Nasional (Studi Kasus Brand Ambassador Blackpink dan Didi Kempot pada Shopee), dibawah bimbingan Dr. Heny Hendrayati, S.IP., MM. dan Arief Budiman, SS, S.Sos., IMSMEs.

Revolusi Industri 4.0 membuat perkembangan bisnis berpindah ke dunia digital. Berkembangnya pengguna *smartphone* dan internet di Indonesia mempengaruhi keuntungan bisnis secara *online*. Shopee sebagai *e-commerce marketplace* terbesar di ASEAN berkembang dengan pesat dan memiliki puluhan juta pengguna di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk melihat perbandingan efektivitas antara Brand Ambassador Internasional dan Nasional, dalam studi kasus kali ini yaitu Blackpink dan Didi Kempot pada Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel 100 pengguna Shopee dan pernah melihat Blackpink dan Didi Kempot menjadi Brand Ambassador Shopee. Teknik analisis yang digunakan adalah Mann Whitney U-Test dengan perangkat lunak SPSS. Hasil *output* yang dihasilkan menunjukkan bahwa Blackpink sebagai Brand Ambassador Shopee lebih efektif dibandingkan Didi Kempot. Keunggulan Blackpink ada pada indikator *attraction*, dimana masyarakat lebih menyukai Blackpink dibandingkan Didi Kempot untuk mayoritas umur 16-25 tahun, di mana mereka merasa bangga dan merasa ikut senang menggunakan Shopee saat Blackpink menjadi Brand Ambassador pada saat itu. Diharapkan kedepannya perusahaan menggunakan Brand Ambassador Internasional untuk meningkatkan awareness mereka khususnya untuk merek ataupun pengenalan produk baru.

Kata Kunci : Efektivitas Brand Ambassador, Shopee, Blackpink, Didi Kempot

ABSTRACT

Panji Pratama Rusli (1701614) “Comparative Analysis of International and National Brand Ambassador (Case Study Brand Ambassador Blackpink and Didi Kempot to Shopee) under guidance of Dr. Heny Hendrayati, S.IP., MM. and Arief Budiman, SS, S.Sos., IMSMEs.

Revolution industry 4.0 makes a big disruption a lot of business into online world. Massive growth smartphone user and internet user in Indonesia, impact positively for company profit online. Shopee as the biggest ASEAN e-commerce marketplace significantly grow and have millions of user just from Indonesia. This research aims to overview whether if there is a big comparison effect from International and National Brand Ambassador to the brand, in this case Blackpink and Didi Kempot to Shopee. The research methods are descriptive and verification, with 100 samples from Shopee users that have ever seen Blackpink or Didi Kempot be a Shopee Brand Ambassador. Analysis technique used in this research was Mann Whitney U-Test using SPSS software. The output shown that Blackpink as a Brand Ambassador in Shopee is more impact than Didi Kempot. The most significance shown in attraction indicator, where major users more like Blackpink than Didi Kempot for 16-25 years old, that they feel proud and happier when Blackpink become the Brand Ambassador of Shopee at that time. In the future, it is expected the company to use International Brand Ambassador for a new brand or products for the recognition.

Keywords : Effectiveness of Brand Ambassador, Comparative, International, National, Blackpink, Didi Kempot, Shopee.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji serta syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rezeki, hikmah, dan jalan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat serta kepada para umat yang senantiasa patuh dan taat kepada ajarannya.

Skripsi ini berjudul **“Perbandingan Efektivitas Brand Ambassador Internasional dan Nasional, Studi Kasus Brand Ambassador Blackpink dan Didi Kempot pada Shopee”** yang disusun sebagai referensi bagi pembaca yang membutuhkan khususnya calon Sarjana Ekonomi di Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia dan para Pelaku bisnis di Indonesia untuk memilih Brand Ambassador mereka.

Dalam penulisan skripsi ini tentunya masih memiliki kekurangan baik pada teknis penulisan maupun materi. Maka dari itu kritik dan saran diharapkan untuk memperbaiki baik materi maupun kemampuan pribadi dalam hal apapun.

Saya menyadari bahwa di dalam keberhasilan pembuatan skripsi ini berkat bantuan dan tuntunan Tuhan Yang Maha Esa dan tidak lepas dari bantuan orang tua yaitu ayah saya Hendra Rusli dan ibu Novi Indriani, dan berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, motivasi serta doa restu, oleh karena itu sudah sepantasnya penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Solehuddin M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. Eeng Ahman, MS. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia.
3. IBu Dr. Heny Hendrayati, S.IP., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen dan selaku dosen pembimbing I penulis yang telah sabar dan meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan motivasi, menginspirasi, dan senantiasa mendukung penulis dalam penelitian skripsi ini hingga selesai.

4. Bapak Arief Budiman, S.S., S.Sos., IMSMEs Selaku dosen pembimbing II penulis. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan, terima kasih telah meluangkan waktu di tengah segala kesibukan bapak, terima kasih telah membimbing, memberikan inspirasi, memberikan dukungan moril dan senantiasa selalu mendoakan penulis sampai pada akhir skripsi ini.
5. Ibu Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak.MBA, Bapak Dr. Chairul Furqon, S.Sos., MM, dan Pak Budhi Pamungkas Gautama, SE., M.Sc, yang menjadi dosen penguji dan telah membantu saya juga dalam memberikan arahan dan ilmu untuk menyelesaikan skripsi yang telah disusun.
6. Bapak dan ibu Dosen Program Studi Manajemen dan staf Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia atas ilmu yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
7. Adik Krisna Dwijayaputra Rusli. Terima kasih atas dukungan yang telah diberikan dan pengertian atas sikap dan perbuatan.
8. Seluruh keluarga besar yang selalu mendoakan untuk kesuksesan dan kelancaran studi saya di Universitas Pendidikan Indonesia.
9. Sahabat-sahabat khususnya grup Gen Halilintar Alma, Alman, Ayu, Chelfin, Fahmi, Ferry, Pandu, Rizal, Sahda, Tengku. Terima kasih atas doa, dukungan, dan pengertian kalian selama saya berada di UPI.
10. Rekan-rekan Manajemen 2017 , terima kasih atas bantuan dan dukungan yang kalian berikan. Dukungan dan doa selalu saya berikan untuk Manajemen khususnya angkatan 2017.
11. Cruzcita Febiningtyas, yang selalu menjadi pendukung, penyemangat, selalu memberikan dorongan serta menemani penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Serta semua pihak yang telah turut membantu doa dan lainnya dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Bandung, Juli 2021

Panji Pratama Rusli

PANJI PRATAMA RUSLI, 2021

PERBANDINGAN EFEKTIVITAS BRAND AMBASSADOR INTERNASIONAL DAN NASIONAL (STUDI KASUS BRAND AMBASSADOR BLACKPINK DAN DIDI KEMPOT PADA SHOPEE)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	i
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	1
1. BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.2. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2. BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	Error! Bookmark not defined.
2.1. Kajian Pustaka	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. <i>E-commerce</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.2. Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.3. Pemasaran Jasa.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	Error! Bookmark not defined.
2.1.5. <i>Marketing Communication</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.6. <i>Mix Marketing Communication</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.7. Iklan	Error! Bookmark not defined.
2.1.8. Brand Ambassador	Error! Bookmark not defined.
2.1.9. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.

2.2.	Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.3.	Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.	BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1.	Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2.	Metode dan Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2.1.	Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.	Operasional variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1.	Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.3.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.1.	Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2.	Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.3.	Teknik Sampling.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.	Uji Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1.	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.5.2.	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.6.	Rancangan Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.1.	Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
3.6.2.	Analisis Verifikatif.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.	Uji Asumsi Normalitas	Error! Bookmark not defined.
3.8.	Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.1.	Uji <i>Mann-Whitney U-Test</i>	Error! Bookmark not defined.
4.	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.	Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.	Profil Perusahaan	Error! Bookmark not defined.

PANJI PRATAMA RUSLI, 2021

PERBANDINGAN EFEKTIVITAS BRAND AMBASSADOR INTERNASIONAL DAN NASIONAL (STUDI KASUS BRAND AMBASSADOR BLACKPINK DAN DIDI KEMPOT PADA SHOPEE)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.1.2.	Gambaran Umum Karakteristik Konsumen	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.	Gambaran Umum Pengalaman Responden	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.	Gambaran Brand Ambassador Shopee Menurut Konsumen ...	Error! Bookmark not defined.
4.1.5.	Hasil Pengujian Statistik	Error! Bookmark not defined.
4.2.	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
5.	BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1.	Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2.	Saran.....	Error! Bookmark not defined.
	DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1. Data Pengguna Internet di Indonesia Januari 2021 (Hootsuite).
.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.2. Park Seo Joon sebagai brand ambassador Blibli**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.3. Lee Min Ho dan Agnez Mo sebagai brand ambassador Lazada**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.4. BTS dan Blackpink sebagai brand ambassador Tokopedia **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.5. Vincent dan Desta menjadi brand ambassador Bukalapak **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.6. Cristiano Ronaldo menjadi brand ambassador Shopee **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.7. Data pengunjung E-commerce kuartal 4 2020 (Iprice)..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.8. Logo Shopee.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.9. Foto Blackpink saat menjadi Brand Ambassador Shopee **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.10. Blackpink Bintang Utama Konser 12.12 Shopee Birthday Sale 2018
.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.11. Penjualan Merchandise Blackpink di Shopee**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.12. Jumlah Pengunjung Laman Web E-commerce Indonesia Q4 2018
.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.13. Didi Kempot Bintang Tamu Utama di Konser 12.12 Shopee Birthday Sale 2019.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.14. Didi Kempot Mengikuti Pose BTS Saat Menjadi Brand Ambassador Tokopedia.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.15. Jumlah Pengunjung Laman Web E-commerce Indonesia Q4 2019
.....**Error! Bookmark not defined.**

- Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.1. Logo Shopee.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.2. Diagram usia responden.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.3. Diagram jenis kelamin responden.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.4. Diagram Daerah Asal Responden.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.5. Diagram responden kapan pertama kali menggunakan Shopee **Error!
Bookmark not defined.**
- Gambar 4.6. Pebandingan skor rata-rata Efektivitas Brand Ambassador Blackpink dan Didi Kempot pada Shopee menurut konsumen**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1. Tabel Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.2. Hasil pengujian validitas variabel celebrity endorser.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.3. Tingkat keandalan nilai korelasi rumus Cronbach's Alpha	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1. Gambaran responden terhadap Brand Ambassador Shopee Blackpink dengan Indikator Visibility	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2. Gambaran responden terhadap Brand Ambassador Shopee Blackpink dengan Indikator Credibility	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3. Gambaran responden terhadap Brand Ambassador Shopee Blackpink dengan Indikator Attraction	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.4. Gambaran responden terhadap Brand Ambassador Shopee Blackpink dengan Indikator Power	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5. Gambaran responden terhadap Brand Ambassador Shopee Didi Kempot dengan Indikator Visibility	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6. Gambaran responden terhadap Brand Ambassador Shopee Blackpink dengan Indikator Credibility	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7. Gambaran responden terhadap Brand Ambassador Shopee Didi Kempot dengan Indikator Attraction	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8. Gambaran responden terhadap Brand Ambassador Shopee Didi Kempot dengan Indikator Power	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.9. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Efektivitas Brand Ambassador Shopee Blackpink.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.10. Hasil Uji Asumsi Normalitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.11. Hasil Uji Mann Whitney U-Test.....	Error! Bookmark not defined.