

## ABSTRAK

Arnis Metha Putri (0707823), "**Pengaruh Kinerja *Brand Ambassador* Melalui *Celebrity Endorser terhadap Brand Equity* pada Sampo Sunsilk, Pantene dan Clear** (Survei pada Komunitas Sunsilk Indonesia, Pantene Indonesia dan Clear Indonesia)". Di bawah bimbingan Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., M.M. dan Dr. Vanessa Gaffar, S.E., Ak., M.B.A.

Persaingan yang kompetitif dalam industri sampo ditandai dengan turun naiknya *brand equity* produk, khususnya pada tiga merek yang menguasai industri ini yaitu sampo Sunsilk, Pantene dan Clear. Untuk dapat bertahan di tengah persaingan, perusahaan dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat memperkuat *brand equity*, karena hanya produk yang memiliki *brand equity* yang kuat yang mampu bersaing untuk merebut dan menguasai pasar. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan strategi *brand ambassador*.

Penelitian ini bertujuan untuk 1) memperoleh temuan mengenai *brand ambassador* sampo Sunsilk, Pantene dan Clear, 2) memperoleh temuan mengenai *brand equity* sampo Sunsilk, Pantene dan Clear dan 3) memperoleh temuan mengenai seberapa besar kinerja *brand ambassador* dapat mempengaruhi *brand equity* sampo Sunsilk, Pantene dan Clear baik secara simultan maupun parsial. Objek penelitian ini adalah pengguna sampo di Komunitas Sunsilk Indonesia, Komunitas Pantene Indonesia dan Komunitas Clear Indonesia. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kinerja *brand ambassador* terhadap *brand equity* sebagai variabel tidak bebas. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, verifikatif, dan metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dengan teknik *simple random sampling*, dengan jumlah sampel 80 responden untuk setiap produk sampo. Teknik analisa data yang digunakan adalah *path analysis* dengan alat bantu *software* komputer SPSS 18.0. Hasil yang diperoleh dalam penelitian menyatakan bahwa kinerja *brand ambassador* berpengaruh terhadap *brand equity* pada sampo Sunsilk sebesar 71.5%, Pantene sebesar 80.5% dan Clear sebesar 66.8%. Dari hasil penelitian terhadap pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa kinerja *brand ambassador* memiliki pengaruh yang positif terhadap *brand equity*.

Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis jalur terdapat pengaruh yang signifikan dari *brand ambassador* terhadap *brand equity* sampo Sunsilk, Pantene dan Clear. Temuan dalam penelitian ini bahwa, pembentukan kinerja *brand ambassador* pada industri sampo secara berurutan yaitu 1) *power*, 2) *attraction*, 3) *credibility* dan 4) *visibility*. Sedangkan pembentuk *brand equity* adalah *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality* dan *brand loyalty*. Pengaruh kedua variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan baik secara simultan maupun parsial.

Penulis merekomendasikan agar perusahaan lebih selektif dalam memilih *brand ambassador* sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan *brand equity* sampo Sunsilk, Pantene dan Clear

**Kata kunci:** *brand ambassador*, *brand equity*

## ABSTRACT

ARNIS METHA PUTRI (0707823), **“The Effect of Brand Ambassador Performance via Celebrity Endorser on Brand Equity of Sunsilk, Pantene and Clear shampoo (A survey on the Sunsilk Community Indonesia, Pantene Indonesia and Clear Indonesia)”**.

Guidance Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., M.M. dan Dr. Vanessa Gaffar, S.E., Ak., M.B.A.

Competition in the shampoo industry is indicated by fluctuations in brand equity of products especially for three leading brands namely Sunsilk, Pantene and Clear. In order to stay ahead of the competition, the company must create strategies to strengthen brand equity because only a product with a strong brand equity will survive and even lead the market. One strategy is through brand ambassador.

The purpose of research are: 1) To obtain information and indications about brand ambassador of Sunsilk, Pantene and Clear shampoos, 2) To obtain information and indications about brand equity Sunsilk, Pantene and Clear shampoos and 3) To obtain affection of the impact of brand ambassador performance on brand equity of Sunsilk, Pantene and Clear shampoos simultaneously or partially. The targets of the research are consumers of Sunsilk Indonesia, Pantene Indonesia Clear Indonesia. The independent variables in this research is brand ambassador and brand equity as dependent variables. The research is descriptive, verificative with an explanatory survey method through a random sampling technique, involving 80 respondents per brand product. The data analysis technique used is path analysis supported by computer software SPSS 18.0. The result of the survey indicates that brand ambassador performance has a positive impact on brand equity. For Sunsilk shampoo it is 71.5 %, Pantene 80.5 % and Clear 66.8 %. The results of the hypothetical test shows that brand ambassador performance has a positive effect on brand equity.

Based the research through path analysis, there is significant influence from brand ambassador to brand equity Sunsilk, Pantene, and Clear shampoo . Findings in this study are the establishment of brand ambassador shampoo performance sequentially start from 1)Power 2)Attraction, 3)Credibility and 4)Visibility, whereas the fermers of brand equity is brand awareness, brand association, perceived quality and brand loyalty. The influence of both variables have a significant influence simultaneously or parsial.

**Key words: brand ambassador, brand equity**