

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* RAFFI AHMAD DAN
IKLAN TERHADAP *BRAND IMAGE* SICEPAT EKSPRES
SURVEI PADA GERAJ SICEPAT EKSPRES
PENGGILINGAN**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

**ANDHIKA ALAMIN NURCAHYA
NIM : 2411907806**



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* RAFFI AHMAD DAN
IKLAN TERHADAP *BRAND IMAGE* SICEPAT EKSPRES
SURVEI PADA GERAJ SICEPAT EKSPRES
PENGGIKILAN**

Oleh:

Nama : ANDHIKA ALAMIN NURCAHYA
NIM : 2411907806
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 24 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,

Yose Cahyo Benardi Widhayoga, SE,M.Si

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr.Sri Gambir Melati Hatta, SH.



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* RAFFI AHMAD DAN
IKLAN TERHADAP *BRAND IMAGE* SICEPAT EKSPRES
SURVEI PADA GERAI SICEPAT EKSPRES
PENGGIILINGAN**

Oleh:

Nama : ANDHIKA ALAMIN NURCAHYA
NIM : 2411907806
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, pada:

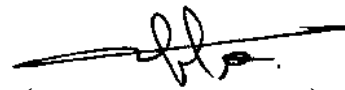
Hari : Kamis
Tanggal : 24 Agustus 2023
Waktu : 11.40 – 12.20 Wib

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Dr (Cand) Eko Yuliawan, SE. M. Si

Anggota : Judianto Tjahjo Nugroho, ST , MM

()
()

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ANDHIKA ALAMIN NURCAHYA
NIM : 2411907806
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP : 3309162006990003
Alamat : Kp. Rawaterate RT.02 RW.02 Rawa Terate, Cakung, Jaktim

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh *Brand Ambassador* Raffi Ahmad dan Iklan Terhadap *Brand Image* SiCepat Ekspres Survei Pada Gerai SiCepat Ekspres Penggilingan ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 24 Agustus 2023



ANDHIKA ALAMIN NURCAHYA

ABSTRAK

ANDHIKA ALAMIN NURCAHYA. NIM 2411907806. Pengaruh *Brand Ambassador* Raffi Ahmad dan Iklan Terhadap *Brand Image* SiCepat Ekspres Survei Pada Gerai SiCepat Ekspres Penggilingan

Saat ini perkembangan industri jasa pengiriman mengalami peningkatan yang cukup pesat. Era globalisasi menuntut manusia untuk memiliki mobilitas yang cukup tinggi. Sejak diberlakukannya pasar bebas di Indonesia, membuat arus perdagangan barang atau jasa menjadi tidak terbatas sehingga kebutuhan akan jasa pengiriman barang semakin meningkat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. SiCepat Ekspres adalah salah satu hasil dalam jasa pengiriman barang. Memperkenalkan jasa pengiriman barang untuk memenuhi kebutuhan berbelanja *online*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Brand Ambassador* Raffi Ahmad dan Iklan Terhadap *Brand Image* SiCepat Ekspres Survei Pada Gerai SiCepat Ekspres Penggilingan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory*) dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 92 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 61,00% faktor-faktor *brand image* dapat dijelaskan oleh *brand ambassador* dan iklan sedangkan sisanya 39,00% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil pengujian pengaruh *brand ambassador* dan iklan secara bersama-sama terhadap *brand image* menunjukkan hasil yang mengindikasikan bahwa pengaruhnya positif dan signifikan. Dan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *brand ambassador* dan variabel iklan menunjukkan hasil analisis maka secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image* SiCepat Ekspres pada Gerai Penggilingan.

Kata kunci: *brand ambassador*, iklan, *brand image*

ABSTRACT

ANDHIKA ALAMIN NURCAHYA. NIM 2411907806. The Influence of Using Brand Ambassador Raffi Ahmad and Advertising on SiCepat Ekspres Brand Image Survey at SiCepat Ekspres Penggilingan Outlets

At present the development of the shipping service industry has increased quite rapidly. The era of globalization requires humans to have high mobility. Since the enactment of the free market in Indonesia, the flow of trade in goods or services has become unlimited so that the need for goods delivery services has increased to meet the needs of the community. SiCepat Ekspres is one of the results in goods delivery services. Introducing goods delivery services to meet the needs of online shopping.

The purpose of this study was to find out and analyze the effect of Brand Ambassador Raffi Ahmad and Advertising on the SiCepat Ekspres Brand Image Survey at SiCepat Ekspres Penggilingan outlets. The type of research used is explanatory research with the research method of collecting data using a questionnaire. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. Sample selection was done by purposive sampling. The sample is 92 respondents, using multiple linear regression analysis.

The regression test results indicate that 61.00% of brand image factors can be explained by brand ambassador and advertising, while the remaining 39.00% is explained by other factors not examined in this study. The test results on the combined influence of brand ambassador and advertising on brand image show that their impact is positive and significant. The test results also indicate that both brand ambassador and advertising variables show analytical results; therefore, both variables have a positive and significant partial effect on the brand image of SiCepat Ekspres at the Penggilingan Outlet.

Keywords: brand ambassador, advertising, brand image.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat mengerjakan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis ucapkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh *Brand Ambassador* Raffi Ahmad dan Iklan Terhadap *Brand Image* SiCepat Ekspres Survei Pada Gerai SiCepat Ekspres Penggilingan ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat pentingnya Strategi Pemasaran terkait ekspedisi pengiriman barang di media sosial untuk memberikan informasi dan layanan. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi dan memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr.Sri Gambir Melati Hatta, SH. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Jurusan ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Yose Cahyo Benardi Widhayoga, SE,M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar dan bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi dengan nilai yang baik.

5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Bapak Bagus Widyanto selaku SPV di SiCepat Ekspres Gerai Penggilingan yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Ibu Annisa Pratiwi tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 24 Agustus 2023
Penulis,



ANDHIKA ALAMIN NURCAHYA
NIM: 2411907806

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Perumusan Masalah	9
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Manfaat Penelitian	9
1.7. Sistematika Penulisan	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Manajemen Pemasaran	12
2.1.2. <i>Brand</i>	12
2.1.2.1. Fungsi <i>Brand</i>	13
2.1.3. <i>Brand Ambassador</i>	13
2.1.3.1. Manfaat <i>Brand Ambassador</i>	14
2.1.3.2. Fungsi <i>Brand Ambassador</i>	14
2.1.3.3. Dimensi dan Indikator <i>Brand Ambassador</i>	15
2.1.4. <i>Brand Image</i>	17
2.1.4.1. Dimensi dan Indikator <i>Brand Image</i>	18
2.1.4.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Brand Image</i>	19
2.1.5. Iklan	20
2.1.5.1. Fungsi Iklan	21
2.1.5.2. Tujuan Iklan	22
2.1.5.3. Dimensi dan Indikator Iklan	23
2.2. Penelitian Terdahulu	24
2.3. Kerangka Konseptual	30
2.4. Hipotesis	31
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.2. Jenis Penelitian	33

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.3.1. Populasi	33
3.3.2. Sampel	34
3.4. Teknik Pengumpulan Data	35
3.5. Definisi Operasional Variabel	36
3.5.1. Variabel Bebas	36
3.5.2. Variabel Terikat	37
3.6. Teknik Analisis Data	39
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	40
3.6.2. Persamaan Regresi	41
3.6.3. Uji Kualitas Data	42
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	44
3.6.5. Uji Hipotesis	45
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	48
4.1.1. Sejarah dan Profil Perusahaan	48
4.1.2. Visi dan Misi	49
4.1.2.1. Visi Perusahaan	49
4.1.2.2. Misi Perusahaan	49
4.1.3. Struktur Organisasi	49
4.1.4. Layanan SiCepat Ekspres	50
4.2. Hasil Penelitian	51
4.2.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	51
4.2.2. Analisis Deskriptif Penilaian Responden	52
4.2.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	57
4.2.4. Uji Asumsi Klasik	59
4.2.5. Pengujian Hipotesis	63
4.2.6. Analisis Regresi Linear Berganda	65
4.3. Pembahasan	67
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	69
5.2. Saran	69
 DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Gerai SiCepat Ekspres Penggilingan Tahun 2020-2022	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.3 Angka Penafsiran	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian 1 Bulan Terakhir	52
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Ambassador</i>	53
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Iklan	54
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Image</i>	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Data.....	59
Tabel 4.9 Uji Kolmogorov-Smirnov	61
Tabel 4.10 Uji Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF	62
Tabel 4.11 Uji Glejser	63
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi	64
Tabel 4.13 Hasil Uji F Signifikansi Simultan (Uji-F).....	65
Tabel 4.14 Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)	65
Tabel 4.15 Hasil Regresi Linier Berganda.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Pencarian <i>Brand</i> di Google Trends Tahun 2022.....	3
Gambar 1.2 Raffi Ahmad Sebagai <i>Brand Ambassador</i>	6
Gambar 1.3 Jumlah <i>Followers</i> Instagram Raffi Ahmad	6
Gambar 1.4 Jumlah <i>Subscribers</i> Youtube Raffi Ahmad.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	30
Gambar 4.1 Logo SiCepat Ekspres	48
Gambar 4.2 Struktur Organisasi SiCepat Ekspres.....	50
Gambar 4.3 Histogram Uji Normalitas	60
Gambar 4.4 <i>Scatterplot</i> Heteroskedastisitas	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2. Data Jawaban Responden	80
Lampiran 3. Hasil Olah Data SPSS 26.....	96
Lampiran 4. Tabel r.....	105
Lampiran 5. Tabel F.....	106
Lampiran 6. Tabel t.....	107
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	108
Lampiran 8. Kartu Bimbingan	109
Lampiran 9. Surat Keterangan	110
Lampiran 10. Dokumentasi.....	111