PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* FUJIANTI UTAMI PUTRI TERHADAP *BRAND IMAGE* PRODUK NUFACE

SKRIPSI

Oleh:

Amalia Fadilah

202110415218

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* FUJIANTI UTAMI PUTRI TERHADAP *BRAND IMAGE* PRODUK NUFACE

SKRIPSI

Oleh:

Amalia Fadilah

202110415218

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Pengaruh *Brand Ambassador* Fujianti Utami Putri Terhadap *Brand Image* Produk Nuface
Nama	: Amalia Fadilah
Nomor Induk Mahasiswa	: 202110415218
Program Studi/ Fakultas	: Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 25 Juli 2025

Jakarta, 01 Agustus 2025

MENYETUJUI

Pembimbing

Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0303077002

Pengaruh Brand.., Amalia Fadilah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Proposal Skripsi	: Pengaruh Brand Ambassador Fujianti Utami Putri Terhadap *Brand Image* Produk Nuface
Nama Mahasiswa	: Amalia Fadilah
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415218
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 25 Juli 2025

Jakarta, 01 Agustus 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum .....

NIDN. 0323057006

Penguji : Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom .....

NIDN. 0303077002

Sekretaris Penguji : Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si .....

NIDN. 0319059501

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Pengaruh Brand.., Amalia Fadilah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh *Brand Ambassador* Fujianti Utami Putri Terhadap *Brand Image* ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 01 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Amalia Fadilah

202110415218

ABSTRAK

Amalia Fadilah. 202110415218. Pengaruh *Brand Ambassador* Fujianti Utami Putri Terhadap *Brand Image* Produk Nuface. Persaingan yang ketat dalam industri kosmetik mendorong perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan daya saing dan memperkuat citra merek. Salah satu strategi yang digunakan adalah pemanfaatan *brand ambassador*, yaitu figur publik yang dipercaya dapat mewakili dan memperkenalkan produk kepada konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* Fujianti Utami Putri terhadap brand image produk Nuface. Fujianti Utami Putri dipilih sebagai *brand ambassador* karena dinilai memiliki kredibilitas, daya tarik, popularitas, dan pengaruh yang sesuai dengan karakteristik produk Nuface. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model VisCAP (*visibility, credibility, attraction, power*) yang dikembangkan oleh Rossiter dan Percy.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Hasil uji regresi menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,726 dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,717, yang berarti *brand ambassador* (variabel X) berpengaruh terhadap *brand image* (variabel Y) sebesar 46,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 14,705 menunjukkan bahwa keberadaan brand *ambassador* Fujianti Utami Putri memiliki pengaruh positif terhadap *brand image* produk Nuface. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemilihan *brand ambassador* yang tepat dapat memperkuat *brand image* dan mendorong minat beli konsumen terhadap produk.

Kata Kunci: *Brand Ambassador, Brand Image*, VisCAP

ABSTRACT

Amalia Fadilah (202110415218). *The Influencer of Brand Ambassador Fujianti Utami Putri on the Brand Image of Nuface products. The intense competition in the cosmetics industry encourages companies to implement effective marketing strategies to enhance competitiveness and strengthen brand image. One such strategy is the use of brand ambassadors public figures who are trusted to represent and promote products to consumers.*

This study aims to examine the influence of Fujianti Utami Putri as a brand ambassador on the brand image of Nuface products. Fujianti Utami Putri was chosen for her high visibility, credibility, attractiveness, and influence, aligning with the characteristics of the Nuface brand. The study adopts the VisCAP model (visibility, credibility, attraction, power) developed by Rossiter and Percy as a conceptual framework.

This research uses a quantitative approach with a simple linear regression analysis method. The results show a regression coefficient value of 0.726 and a coefficient of determination (R^2) of 0.717, indicating that the brand ambassador (independent variable) influences the brand image (dependent variable) by 46.3%, while the remaining percentage is affected by other factors outside the scope of this study. The regression constant value of 14.705 further implies that Fujianti Utami Putri has a positive influence on the brand image of Nuface. These findings suggest that selecting the right brand ambassador can significantly enhance brand image and influence consumer purchasing decisions.

Keywords: *Brand Ambassador, Brand Image, VisCAP*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh *Brand Ambassador* Fujianti Utami Putri Terhadap *Brand Image* Produk Nuface" penulisan proposal skripsi ini dilakukan sebagai tujuan akademik guna menyelesaikan studi program Sarjana S1 pada program studi Ilmu Komunikasi fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya II Bekasi.

Penyusunan skripsi ini dilakukan dengan penuh kesungguhan dan dedikasi yang tinggi untuk memenuhi tugas akademik yang diberikan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dukungan terutama pada kedua orang tua penulis yaitu Bapak Sapardi dan Ibu Parti. Terimakasih atas segala pengorbanan, kasih sayang, cinta, dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak yang telah membantu, Membimbing serta mendukung penyusunan skripsi ini. Untuk iti penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim. (Honoris Causa), selaku rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Sigit Surahman, S.Sn., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan, motivasi, dan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan.

Pengaruh Brand.., Amalia Fadilah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

6. Para dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmu serta saran dalam penyusunan skripsi.
7. Kepada Hendy Iswandi, selaku abang tercinta, yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penyusunan skripsi.
8. Teman-teman di Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2021, yang selalu memberikan saran dan masukan dalam penyusunan skripsi.

Mohon maaf kepada pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat dan terima kasih kepada kalian. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran dari pembaca untuk menyempurnakan isi dari skripsi ini dan dapat memberikan kontribusi serta manfaat yang baik bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 01 Agustus 2025



Amalia Fadilah

202110415218

Pengaruh Brand.., Amalia Fadilah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**

LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**

ABSTRAK ..... **v**

ABSTRACT ..... **vi**

KATA PENGANTAR ..... **vii**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR TABEL ..... **xii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**

DAFTAR BAGAN ..... **xv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah 6

1.3 Rumusan Masalah 7

1.4 Tujuan Penelitian 7

1.5 Manfaat Penelitian 7

1.5.1 Manfaat Teoritis 7

1.5.2 Manfaat Praktis 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **8**

2.1 Penelitian Terdahulu 8

2.2 Tinjauan Konseptual 11

2.2.1 *Brand Ambassador* 11
2.2.1.1 Karakteristik *Brand Ambassador* 11
2.2.2.3 Indikator *Brand Ambassador* 12
2.2.2 *Brand Image* (Citra Merek) 13
2.2.2.1 Indikator Citra Merek 13
2.3 Kerangka Berpikir 14
2.4 Hipotesis 15
BAB III METODE PENELITIAN 16
3.1 Pendekatan Penelitian 16
3.2 Desain Penelitian 16
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 17
3.3.1 Subjek Penelitian 17
3.3.2 Objek Penelitian 17
3.4 Populasi dan Sampel 17
3.4.1 Populasi 17
3.4.2 Sampel 17
3.5 Operasionalisasi Variabel 20
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas 22
3.6.1 Uji Validitas 22
3.6.2 Uji Reliabilitas 22
3.7 Teknik Pengumpulan Data 23
3.8 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis 24
3.8.1 Metode Analisis Data 24
3.8.2 Metode Pengujian Hipotesis 25
3.9 Tempat dan Waktu Penelitian 26

3.9.1 Tempat Penelitian 26
3.9.2 Waktu Penelitian 26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 28
4.1 Gambaran Objek Penelitian 28
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian 28
4.2 Hasil Analisa Data Responden 29
4.3 Deskriptif Statistik Variabel Penelitian 30
4.3.1 Deskripsi Statistik Variabel Independen X (*Brand Ambassador*) 31
4.3.2 Deskripsi Statistik Variabel Dependent Y (*Brand Image*) 41
4.4 Hasil Uji Validitas 51
4.5 Hasil Uji Reliabilitas 55
4.6 Uji Asumsi 57
4.6.1 Uji Normalitas 57
4.6.2 Analisis Regresi Linier Sederhana 58
4.7 Pengujian Hipotesis 60
4.7.1 Uji T 60
4.7.2 Uji Koefisien Determinasi 61
4.8 Pembahasan 63
BAB V PENUTUP 66
5.1 Kesimpulan 66
5.2 Saran 67
5.2.1 Saran Teoritis 67
5.2.2 Saran Praktis 67
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Pengaruh Brand.., Amalia Fadilah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel……..…….21

Tabel 3.2 Skor Skala Likert……..……..23

Tabel 3.3 Jadwal Penelitian……27

Tabel 4.1 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin……29

Tabel 4.2 Kategori Responden Berdasarkan Usia……...29

Tabel 4.3 Kategori Responden Berdasarkan Pekerjaan……..30

Tabel 4.4 Pernyataan Responden X1…….…….31

Tabel 4.5 Pernyataan Responden X2……31

Tabel 4.6 Pernyataan Responden X3……..……32

Tabel 4.7 Pernyataan Responden X4……..……33

Tabel 4.8 Pernyataan Responden X5……..……33

Tabel 4.9 Pernyataan Responden X6……..34

Tabel 4.10 Pernyataan Responden X7……35

Tabel 4.11 Pernyataan Reponden X8……..35

Tabel 4.12 Pernyataan Responden X9……....36

Tabel 4.13 Pernyataan Responden X10……..…37

Tabel 4.14 Pernyataan Responden X11……..…37

Tabel 4.15 Pernyataan Responden X12……..38

Tabel 4.16 Pernyataan Responden X13……..……39

Tabel 4.17 Pernyataan Responden X14…….…….40

Tabel 4.18 Pernyataan Responden X15……..……40

Tabel 4.19 Pernyataan Responden Y1……41

Tabel 4.20 Pernyataan Responden Y2……...…….42

Tabel 4.21 Pernyataan Responden Y3……..……..42

Tabel 4.22 Pernyataan Responden Y4……...…….43

Tabel 4.23 Pernyataan Responden Y5……...…….44

Tabel 4.24 Pernyataan Responden Y6……44

Tabel 4.25 Pernyataan Responden Y7……..…..45
Tabel 4.26 Pernyataan Responden Y8……46
Tabel 4.27 Tabel Pernyataan Responden Y9…….….47
Tabel 4.28 Tabel Pernyataan Responden Y10……...…….47
Tabel 4.29 Tabel Pernyataan Responden Y11……...…….48
Tabel 4.30 Tabel Pernyataan Responden Y12……49
Tabel 4.31 Tabel Pernyataan Responden Y13……...…….49
Tabel 4.32 Tabel Pernyataan Responden Y14……...….50
Tabel 4.33 Tabel Pernyataan Responden Y15……...…….51
Tabel 4.34 Hasil Uji Validitas *Pre-Test* Variabel *Brand Ambassador* (X)……52
Tabel 4.35 Hasil Uji Validitas *Pre-Test* Variabel *Brand Image* (Y)……..52
Tabel 4.36 Hasil Uji Validitas Variabel *Brand Ambassador* (X)……53
Tabel 4.37 Hasil Uji Validitas Variabel *Brand Image* (Y)……..54
Tabel 4.38 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test……...55
Tabel 4.39 Hasil Uji Reliabilitas……56
Tabel 4.40 Uji Normalitas *One-Sample Kolmogrov-Smirnov*……57
Tabel 4.41 *Variables Entered*……58
Tabel 4.42 Analisis Regresi Linier Sederhana……58
Tabel 4.42 Hasil Uji T……60
Tabel 4.43 Koefisien Determinasi……..61
Tabel 4.44 Hasil Uji Chi-Square……62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Nuface……...3

Gambar 1.2 Data Proyeksi Keuntungan Skincare di Indonesia……4

Gambar 1.3 Akun Instagram @nuface.id……..5

DAFTAR BAGAN

Bagian 2.1 Kerangka Berpikir……14

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Media Penyebaran Kuesioner

Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel *Brand Ambassador* (X)

Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel *Brand Image* (Y)

Lampiran 6 Uji Validitas Pre-Test Variabel *Brand Ambassador* (X)

Lampirran 7 Uji Validitas Pre-Test Variabel *Brand Image* (Y)

Lampiran 8 Uji Validitas Variabel *Brand Ambassador* (X)

Lampiran 9 Uji Validitas Variabel *Brand Image* (Y)

Lampiran 10 Uji Reliabilitas

Lampiran 11 Uji Asumsi dan Uji Hipotesis