

**TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH**  
**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* RED VELVET DALAM IKLAN**  
***“MY BEAUTY MY RULE”* TERHADAP *BRAND IMAGE* AZARINE COSMETIC**  
**(Survei Pada *Followers* Instagram @azarinecosmeticofficial Periode Maret 2024)**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan  
dalam Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital**

**SELVI SAGITA**

**1408520032**

**PROGRAM STUDI D-IV HUBUNGAN MASYARAKAT**

**DAN KOMUNIKASI DIGITAL**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

## LEMBAR ORISINALITAS



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN  
HUBUNGAN MASYARAKAT DAN KOMUNIKASI DIGITAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa Tugas Akhir Skripsi dengan judul Pengaruh *Brand Ambassador* Red Velvet Dalam Iklan "*My Beauty My Rule*" Terhadap *Brand Image* Azarine Cosmetic adalah benar-benar hasil karya tulis pribadi dan telah mengikuti aturan sebagaimana yang tertera di pedoman penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Tugas Akhir Skripsi ini, maka peneliti sanggup untuk menerima dan menjalankan sanksi yang telah ditentukan.

Jakarta, 08 Juli 2024



**Selvi Sagita**


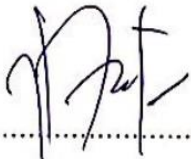


**1408520032**

## LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial



### TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Asep Soegiarto, M.Si.</u> NIP. 198104042009121004 Ketua Sidang	 .....	28 Juni 2024 .....
2.	<u>Wina Puspita Sari, M.Si.</u> NIP. 197709102008122002 Dosen Pembimbing	 .....	25 Juni 2024 .....
3.	<u>Anggun Nadia Fatimah, M.Si.</u> NIP. 199002212022032007 Dosen Penguji Ahli	 .....	24 Juni 2024 .....
4.	<u>Mentari Anugrah Imsa, M.Si.</u> NIP. 199509222022032020 Sekretaris Sidang	 .....	29 Juni 2024 .....

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti akhirnya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* Red Velvet Dalam Iklan “*My Beauty My Rule*” Terhadap *Brand Image* Azarine Cosmetic (Survei Pada *Followers* Instagram @Azarinecosmeticofficial Periode Maret 2024)” dengan baik dan sesuai pada waktu yang telah ditentukan.

Tugas Akhir skripsi ini disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak akan selesai tanpa dukungan, bantuan, motivasi, dan doa dari berbagai pihak. terutama dari kedua orang tua peneliti. Ucapan terima kasih yang dalam kepada kedua orang tua peneliti, Bapak Nawan dan Mama Halimah, yang tak henti-hentinya memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang yang tulus, serta telah gigih berjuang agar peneliti dapat menempuh pendidikan hingga tahap ini.

Rasa syukur yang mendalam tidak bisa sepenuhnya diungkapkan, oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si selaku rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Firdaus Wadji, M.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta
3. Asep Soegiarto, M.Si selaku Koordinator Program Studi D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
4. Wina Puspita Sari, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukan beliau, memberikan kritik, saran, dan pengarahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.

6. Adik Peneliti, Varisha Maryam Hanifah (Icha), yang selalu menjadi sumber kekuatan bagi peneliti.
7. Tetangga sekaligus sahabat kecil peneliti, Syarafina Kautsar, yang selalu mengingatkan hal-hal baik, menjadi tempat berbagi keluh kesah dan tidak pernah bosan memberikan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
8. Teman baik peneliti, Novita Isvanya, Cindy Fitriani, Siwi Hastami, Resya Ummu Habibah, Galuh Niken, Nurhaliza yang turut memberikan dukungan dan semangat untuk tetap bertahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat peneliti selama di perkuliahan, Nur Hafizah, Dewita Putri, Annisa Icha, Gusti Rista dan Desi Putri, yang selalu memberikan bantuan dan dukungan selama di perkuliahan. Terima kasih atas segala momen canda, tawa, tangis, dan perjuangan yang kita lalui bersama. Terimakasih telah menjadi salah satu alasan peneliti bisa *survive* di perkuliahan. *We did it, guys.*
10. Teman seperbimbingan, Atika Amalina, Eliza Putri dan Alfida Suryani, yang telah kebersamai dan memberikan banyak bantuan selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital angkatan 2020.
12. Seluruh responden yang turut berkontribusi dalam penelitian ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
13. Seluruh anggota NCT Dream dan Treasure, yang selalu menghibur dan memberikan semangat serta motivasi kepada peneliti dalam masa-masa sulit melalui karya-karya mereka, baik musik maupun konten-konten YouTube.
14. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for all doing this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for just being me at all times.*

Sebagai manusia biasa, peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, peneliti memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini serta siap menerima kritik yang membangun.

Terakhir, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Jakarta, 08 Juli 2024



Peneliti





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET  
DAN TEKNOLOGI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA  
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Negeri Jakarta, saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Selvi Sagita

NIM : 1408520032

Program Studi : D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital

Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial/Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital

Alamat email : [ssselvisagita@gmail.com](mailto:ssselvisagita@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi  Tesis  Disertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

**Pengaruh *Brand Ambassador Red Velvet* Dalam Iklan “*My Beauty My Rule*”  
Terhadap *Brand Image Azarine Cosmetic* (Survei Pada *Followers Instagram @azarinecosmeticofficial* Periode Maret 2024)**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 08 Juli 2024

Penulis,  
Selvi Sagita

**Selvi Sagita, PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* RED VELVET DALAM IKLAN “*MY BEAUTY MY RULE*” TERHADAP *BRAND IMAGE* AZARINE COSMETIC (Survei Pada *Followers* Instagram @azarinecosmeticofficial Periode Maret 2024), Tugas Akhir Skripsi, 2024; 136 halaman; 17 lampiran; 3 buku; 23 jurnal; 12 situs.**

### **ABSTRAK**

Periklanan merupakan salah strategi pemasaran yang tepat dan efisien. Untuk memperkuat iklan, perusahaan sering kali mengandalkan tokoh terkenal atau selebriti sebagai *brand ambassador*. Penggunaan *brand ambassador* juga berkontribusi dalam membenruk persepsi yang kuat terhadap merek di mata publik. Tujuan dari penelitian ini ingin mengetahui pengaruh *brand ambassador* Red Velvet dalam iklan “*My Beauty My Rule*” terhadap *brand image* Azarine Cosmetic.

Penelitian ini menggunakan teori VisCAP yang dipopulerkan oleh Rossiter dan Percy. Teori tersebut menilai *brand ambassador* dengan menggunakan empat dimensi, yaitu *Visibility*, *Credibility*, *Attraction* dan *Power*. Selain itu, *brand image* diukur dengan menggunakan tiga dimensi yang dikembangkan oleh Keller, yaitu *Favorable of Brand Association*, *Strength of Brand Association* dan *Uniqueness of Brand Association*.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif dengan jenis metode eksplanatif. Teknik pengumpulan data yang menggunakan kuesioner melalui google form yang disebarakan kepada 100 responden yang merupakan *followers* (pengikut) Instagram @azarinecosmeticofficial. Teknik analisis data digunakan pada penelitian ini adalah uji normalitas, uji linearitas, uji korelasi, analisis regresi linear sederhana, uji koefisiensi determinasi dan uji hopotesis (uji t), dengan menggunakan SPSS 25 for Windows.

Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa *brand ambassador* Red Velvet memiliki pengaruh sebesar 43,4% terhadap *brand image* Azarine, sementara terdapat variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini yang mempengaruhi *brand image* Azarine Cosmetic sebesar 56,6%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *brand ambassador* berpengaruh secara langsung terhadap *brand image* Azarine Cosmetic.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Iklan, Kosmetik, K-pop



**Selvi Sagita, *THE INFLUENCE OF RED VELVET AS BRAND AMBASSADORS IN THE "MY BEAUTY MY RULE" ADVERTISEMENT ON THE BRAND IMAGE OF AZARINE COSMETIC (Survey on Instagram Followers @azarinecosmeticofficial), Thesis, 2024; 136 pages; 17 appendix; 3 books; 23 journals; 12 websites.***

### **ABSTRACT**

*Advertising media is considered one of the effective and efficient marketing strategies. To strengthen advertising efforts, companies often rely on famous personalities or celebrities as brand ambassadors. The use of brand ambassadors also shapes a strong perception of the brand in the eyes of the public. The aim of this research is to investigate the influence of Red Velvet as brand ambassadors in the "My Beauty My Rule" campaign on the brand image of Azarine Cosmetic.*

*This study uses the VisCAP theory popularized by Rossiter and Percy, which evaluates brand ambassadors across four dimensions: Visibility, Credibility, Attraction, and Power. Additionally, brand image is measured using three dimensions developed by Keller: Favorability of Brand Association, Strength of Brand Association, and Uniqueness of Brand Association.*

*This study uses a survey method with an explanatory quantitative. Data collection technique utilized a questionnaire distributed to 100 respondents who are followers of Instagram @azarinecosmeticofficial through Google Forms. The data analysis technique utilized in this research is included the normality test, linearity test, correlation test, simple linear regression analysis, determination coefficient test, and hypothesis test (t test), all performed with SPSS 25 for Windows.*

*The test results indicate that the brand ambassador Red Velvet has an influence of 43.4% on the brand image of Azarine. There are other variables not included in this study that affect the brand image of Azarine Cosmetic by 56.6%. So, the sentence it can be concluded that the brand ambassador directly influences the brand image of Azarine Cosmetic.*

*Keywords: Brand Ambassador, Brand Image, Advertisement, Cosmetics, K-pop*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	9
1.3. Hipotesis Penelitian .....	9
1.4. Batasan Masalah .....	9
1.5. Tujuan Penelitian .....	9
1.6. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>11</b>
2.1. Deskripsi Konseptual .....	11
2.1.1. Periklanan.....	11
2.1.2. <i>Brand Ambassador</i> .....	12

2.1.3. <i>Brand Image</i> .....	14
2.1.4. Media Sosial Instagram .....	16
2.2. Penelitian Relevan .....	18
2.2.1. Jurnal 1 .....	18
2.2.2. Jurnal 2 .....	19
2.2.3. Jurnal 3 .....	20
2.2.4. Jurnal 4 .....	21
2.2.5. Jurnal 5 .....	22
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>26</b>
3.1. Pendekatan dan Metode Penelitian .....	26
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian .....	27
3.3. Objek Penelitian .....	27
3.3.1. Objek Penelitian .....	27
3.3.2. Unit Analisis .....	27
3.3.3. Populasi .....	27
3.3.4. Sampel .....	28
3.3.5. Teknik Penarikan Sampel .....	29
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.4.1. Data Primer .....	30
3.4.2. Data Sekunder .....	30
3.5. Skala Pengukuran .....	31
3.6. Pengukuran Validitas dan Reliabilitas .....	32
3.6.1. Uji Validitas .....	32
3.6.2. Uji Reliabilitas .....	32

3.7. Teknik Analisis Data.....	33
3.7.1. Uji Normalitas .....	33
3.7.2. Uji Linearitas .....	34
3.7.3. Uji Korelasi .....	34
3.7.4. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	35
3.7.5. Uji Koefisiensi Determinasi .....	35
3.7.6. Uji Hipotesis.....	36
3.8. Operasional Konsep .....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
4.1.1. Profil Perusahaan.....	40
4.1.2. Akun Instagram Azarine .....	41
4.1.3. Profil Red Velvet.....	42
4.1.4. Iklan “ <i>My Beauty My Rule</i> ” .....	43
4.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	43
4.2.1. Hasil Uji Validitas.....	43
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	45
4.3. Hasil Penelitian .....	46
4.3.1. Karakteristik Responden .....	46
4.3.2. Pernyataan Responden .....	47
4.4. Rekapitulasi Variabel X dan Y .....	68
4.5. Hasil Uji Normalitas .....	71
4.6. Hasil Uji Linearitas .....	71
4.7. Hasil Uji Korelasi .....	72

4.8. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	73
4.9. Hasil Uji Koefisiensi Deteriminasi .....	74
4.10. Hasil Uji Hipotesis .....	74
4.11. Pembahasan Hasil Penelitian .....	75
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>78</b>
5.1. Kesimpulan .....	78
5.2. Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Yang Sedang Dilakukan .....	23
Tabel 3.1. Kategori Skala <i>Likert</i> .....	31
Tabel 3.2 Tingkat Reabilitas .....	33
Tabel 3.3 Pengukuran Korelasi .....	34
Tabel 3.1 Operasional Konsep .....	38
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel X ( <i>Brand Ambassador</i> ) .....	44
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Y ( <i>Brand Image</i> ) .....	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X ( <i>Brand Ambassador</i> ).....	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y ( <i>Brand Image</i> ).....	46
Tabel 4.5 Jenis Kelamin Responden .....	46
Tabel 4.6 Usia Responden.....	47
Tabel 4.7 Red velvet memiliki banyak penggemar internasional khususnya di Indonesia .....	47
Tabel 4.8 Red Velvet tidak hanya dikenal oleh penggemar K-pop, tetapi juga dikenal oleh anak muda Indonesia atas kepopulerannya .....	48
Tabel 4.9 Red Velvet sering muncul di berbagai platform media sosial .....	48
Tabel 4.10 Kesadaran mengenai Red Velvet yang menjadi <i>brand ambassador</i> untuk produk kecantikan Indonesia, yaitu Azarine Cosmetic .....	49
Tabel 4.11 Red Velvet pernah memperkenalkan produk kosmetik Azarine di akun Instagram resmi mereka .....	49
Tabel 4.12 Red Velvet Berpengalaman menjadi <i>brand ambassador</i> .....	50
Tabel 4.13 Red Velvet ahli dalam mengiklankan produk .....	50

Tabel 4.14 Red Velvet merupakan sosok yang kredibel untuk menjadi <i>brand ambassador</i> produk kosmetik Azarine.....	51
Tabel 4.15 Red Velvet adalah sosok yang memiliki kredibilitas untuk menjadi perwakilan dalam iklan " <i>My Beauty My Rule</i> " .....	51
Tabel 4.16 Kemampuan Red Velvet dalam meyakinkan publik mengenai Azarine yang merupakan merek kosmetik yang berkualitas. ....	52
Tabel 4.17 Kemampuan Red Velvet dalam meyakinkan Perempuan Indonesia terhadap pesan dalam iklan " <i>My Beauty My Rule</i> " .....	52
Tabel 4.18 Iklan " <i>My Beauty My Rule</i> " terlihat natural dan tidak dibuat-buat....	53
Tabel 4.19 Kejujuran Red Velvet dalam melakukan <i>endorsement</i> .....	53
Tabel 4.20 Red Velvet memiliki visual yang menarik.....	54
Tabel 4.21 Daya tarik yang kuat dari Red Velvet.....	54
Tabel 4.22 Penampilan Red Velvet dalam iklan " <i>My Beauty My Rule</i> " menjadi kesenangan bagi audiens.....	55
Tabel 4.23 Iklan " <i>My Beauty My Rule</i> " menarik perhatian karena kecantikan Red Velvet mencerminkan konsep beragamnya standar kecantikan perempuan.....	55
Tabel 4.24 Red Velvet mengkomunikasikan pesan dalam iklan " <i>My Beauty My Rule</i> " dengan cara yang menarik.....	56
Tabel 4.25 Kemampuan Red Velvet dalam mempersuasi bahwa setiap perempuan memiliki kecantikan dan hak untuk menentukan standar kecantikan pada diri masing-masing. ....	57
Tabel 4.26 Red Velvet cocok mewakili Azarine karena memiliki kesamaan generasi dengan target konsumen Azarine.....	57
Tabel 4.27 Kesamaan minat Red Velvet dan audiens dalam menggunakan produk kosmetik.....	58
Tabel 4.28 Kolaborasi antara Azarine dan Red Velvet dapat meningkatkan <i>brand awareness</i> Azarine. ....	58

Tabel 4.29 Keputusan responden untuk mengikuti akun Instagram @azarinecosmeticofficial karena adanya kolaborasi antara Azarine dan Red Velvet.....	59
Tabel 4.30 Red Velvet membawakan pesan dalam iklan “My Beauty My Rule” dengan baik dan profesional.....	59
Tabel 4.31 Red Velvet merupakan figur publik yang dapat merepresentasikan pesan iklan “My Beauty My Rule”.....	60
Tabel 4.32 Kemampuan Red Velvet dalam mempersuasi mengenai penggunaan produk kosmetik Azarine.....	60
Tabel 4.33 Kemampuan Red Velvet dalam mempersuasi keyanikan perempuan terhadap ragam kecantikan.....	61
Tabel 4.34 Azarine dikenal dengan reputasi yang baik.....	62
Tabel 4.35 Azarine merupakan <i>brand</i> produk kecantikan yang terkenal di Indonesia.....	62
Tabel 4.36 Azarine merupakan <i>brand</i> produk kecantikan yang terpercaya.....	63
Tabel 4.37 Logo dan simbol dari <i>brand</i> Azarine mudah dikenali.....	63
Tabel 4.38 Azarine sering dibahas atau disebut dalam percakapan sehari-hari....	64
Tabel 4.39 Azarine sering direkomendasikan.....	64
Tabel 4.40 Keterikatan yang besar terhadap Azarine.....	65
Tabel 4.41 Kepuasan terhadap layanan yang diberikan oleh Azarine.....	65
Tabel 4.42 Kolaborasi antara Azarine dan Red Velvet merupakan upaya Azarine untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.....	66
Tabel 4.43 Azarine dapat dikenali dengan mudah di antara merek lainnya .....	66
Tabel 4.44 Azarine memiliki keunikan yang membedakannya dari merek lain...	67
Tabel 4.45 Azarine memiliki harga produk yang terjangkau.....	67



Tabel 4.46 Azarine diyakini dapat menghadirkan produk kosmetik yang inovatif sesuai dengan tren terbaru di industri kecantikan. ....	68
Tabel 4.47 Variabel X ( <i>Brand Ambassador</i> ) .....	68
Tabel 4.48 Variabel Y ( <i>Brand Image</i> ) .....	70
Tabel 4.49 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	71
Tabel 4.50 Hasil Uji Linearitas .....	71
Tabel 4.51 Hasil Uji Korelasi <i>Pearson</i> .....	72
Tabel 4.52 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	73
Tabel 4.53 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi .....	74
Tabel 4.54 Hasil Uji Hipotesis (t) .....	74



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei: 54% Konsumen Kosmetik Lebih Pilih Brand Lokal .....	2
Gambar 1.2 15 Medsos Favorit Orang Indonesia, Nomor 1 Bukan Instagram.....	4
Gambar 1.3 Indonesia Jadi Negara dengan K-Poper Terbesar di Twitter .....	5
Gambar 1.4 <i>Brand Skincare</i> Lokal Terlaris di E-commerce 2022.....	6
Gambar 1.5 Azarine Cosmetic Resmi Menggandeng Red Velvet sebagai <i>Brand Ambassador</i> untuk Launching Makeup Series.....	7
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran .....	17
Gambar 4.1 Logo Perusahaan .....	40
Gambar 4.2 Tampilan Instagram @azarinecosmeticofficial.....	41
Gambar 4.3 Profil Red Velvet.....	42
Gambar 4.4 Tampilan Iklan “ <i>My Beauty My Rule</i> ” di Instagram @azarinecosmeticofficial.....	43

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabulasi Data Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel X.....	xx
Lampiran 2. Tabulasi Data Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Y .....	xxii
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Variabel X.....	xxiii
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	xxiv
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X .....	xxv
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y .....	xxvi
Lampiran 7. Kuesioner .....	xxvii
Lampiran 8. Poster Penelitian .....	xxxiv
Lampiran 9. Data Responden .....	xxxv
Lampiran 10. Tabulasi Jawaban Responden Variabel X .....	xxxviii
Lampiran 11. Tabulasi Jawaban Responden Variabel Y .....	xlii
Lampiran 12. Hasil Uji Normalitas .....	xlvi
Lampiran 13. Hasil Uji Linearitas .....	xlvi
Lampiran 14. Hasil Uji Korelasi .....	xlviii
Lampiran 15. Hasil Analisis Regresi Sederhana .....	xlix
Lampiran 16. Formulir Kegiatan Bimbingan Tugas Akhir .....	l
Lampiran 17. Daftar Riwayat Hidup .....	li