

TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* ANGGA
YUNANDA TERHADAP *BRAND IMAGE*
KOPI KENANGAN X OATSIDE
(Survei pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)



SKRIPSI

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

AMANDA
1408521049

HUBUNGAN MASYARAKAT DAN KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025

LEMBAR ORISINALITAS



Intelligentia - Dignitas

**PROGRAM STUDI D-IV HUMAS DAN KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025**

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul Pengaruh *Brand Ambassador* Angga Yunanda terhadap *Brand Image* Kopi Kenangan x Oatside (Survei pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta) adalah benar-benar hasil karya tulis pribadi dan telah mengikuti aturan sebagaimana yang tertera pada pedoman penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Tugas Akhir Karya Ilmiah ini maka peneliti sanggup menerima dan menjalankan sanksi yang telah ditentukan.

Jakarta, 16 Juni 2025



Amanda

NIM. 1408521049

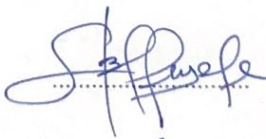
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum

Universitas Negeri Jakarta



TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Ketua Sidang <u>Asep Soegiarto, M.Si.</u> NIP. 198104042009121004		30 Juni 2025
2.	Penguji Ahli <u>Indah Fajar Rosalina, M.I.Kom.</u> NIP. 199208192024062001		30 Juni 2025
3.	Sekretaris Sidang <u>Abdul Kholik, M.I.Kom.</u> NIP. 199108252023211022		1 Juli 2025
4.	Dosen Pembimbing <u>Muria Putriana, S.A.P., M.Pd.</u> NIDN. 8985090024		30 Juni 2025

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya, peneliti telah menyelesaikan Tugas Akhir Karya Ilmiah yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* Angga Yunanda terhadap *Brand Image* Kopi Kenangan x Oatside” dengan baik juga sesuai dengan waktu yang ditentukan.

Tugas Akhir Karya Ilmiah ini merupakan salah satu syarat yang ditujukan untuk meraih gelar Sarjana Terapan di Universitas Negeri Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial, Program Studi Sarjana Terapan Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital. Dalam menyelesaikan laporan ini, peneliti mengingat bahwa laporan ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Komarudin, M.Si, selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Firdaus Wajdi, Ph.D, sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
3. Bapak Asep Soegiarto, M.Si, sebagai Koordinator Program Studi Sarjana Terapan Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Asep Soegiarto, M.Si, selaku Ketua Sidang, Ibu Indah Fajar Rosalina, M.I.Kom, selaku Penguji Ahli, Bapak Abdul Kholik, M.I.Kom, selaku Sekretaris Sidang, serta seluruh dosen dan staf admin Program Studi Sarjana Terapan Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta.
5. Ibu Muria Putriana, M.Pd, sebagai dosen pembimbing Tugas Akhir Karya Ilmiah Semester 122 yang senantiasa mendukung segala kegiatan peneliti dan membimbing peneliti dengan sangat baik, penuh kesabaran, serta perhatian.
6. Terima kasih kepada Ibu Anik Sulistiani dan Bapak Afriansyah Shariff, sebagai ibu dan ayah yang peneliti sayangi, yang tidak ada hentinya

menuturkan doa, nasihat, dukungan, serta semangat untuk peneliti. Terima kasih karena selalu memberikan yang terbaik, kasih sayang dan pengorbanan dari Mama dan Papa adalah kekuatan bagi peneliti.

7. Terima kasih kepada Aliyya selaku kakak perempuan peneliti yang kerap memberikan *insight* kepada peneliti.
8. Aura, Derice, Puspa, dan Riris selaku teman sekolah. Terima kasih telah memberikan dukungan dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan perkuliahan dan karya ilmiah ini dengan bahagia.
9. Indana, Arum, dan teman-teman sejawat Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital angkatan 2021 lainnya yang telah kebersamai perjalanan menuntut ilmu di Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital UNJ.

Peneliti menyadari bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan penelitian ini. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat, terutama untuk praktisi kehumasan demi mengembangkan pengetahuan di masa mendatang. Terima kasih.

Jakarta, 16 Juni 2025

Peneliti



Amanda

NIM. 1408521049

Intelligentia - Dignitas



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

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Amanda
NIM : 1408521049
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum/D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital
Alamat email : shariffamanda@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah:

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

yang berjudul: **“Pengaruh Brand Ambassador Angga Yunanda terhadap Brand Image Kopi Kenangan x Oatside (Survei pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)”**

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 *full text* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

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, 16 Juni 2025

Amanda

Amanda (1408521049), PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* ANGGA YUNANDA TERHADAP *BRAND IMAGE* KOPI KENANGAN X OATSIDE, Tugas Akhir Karya Ilmiah, 2025 ; 67 halaman; 16 lampiran; 6 buku 2016 – 2024, 30 jurnal, 7 situs.

ABSTRAK

Pertumbuhan signifikan terjadi pada industri kedai kopi lokal di Indonesia, dan munculnya berbagai macam kedai kopi lokal membuat persaingan antar kedai kopi lokal semakin ketat. Kopi Kenangan menggunakan *brand ambassador* untuk memperkuat *brand image* dengan meluncurkan kolaborasi Kopi Kenangan x Oatside bersama Angga Yunanda sebagai *brand ambassador*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* Angga Yunanda terhadap *brand image* Kopi Kenangan x Oatside di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin, diperoleh sampel sejumlah 100 responden.

Teori yang digunakan dalam penelitian yaitu teori Rossiter & Percy serta Keller. *Brand Ambassador* (X) diukur berdasarkan teori VisCAP dengan empat dimensi yaitu *Visibility*, *Credibility*, *Attraction*, dan *Power*, sedangkan *Brand Image* (Y) diukur dengan tiga dimensi yaitu *Strength (Familiarity) of Brand Association*, *Favorability of Brand Association*, dan *Uniqueness of Brand Association*.

Diperoleh nilai korelasi (R) sebesar 0,613 yang termasuk dalam kategori tingkat hubungan kuat, maka uji hipotesis pertama dapat disimpulkan H_A dapat diterima dan H_0 ditolak. Uji T menunjukkan bahwa $T_{hitung} (7,675) > T_{tabel} (1,984)$, yang disimpulkan bahwa *Brand Ambassador* (X) berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* (Y). Koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 37,5%, *brand image* Kopi Kenangan x Oatside dipengaruhi oleh *brand ambassador* Angga Yunanda, pada kategori moderat atau medium.

Kesimpulan penelitian ini adalah Angga Yunanda sebagai *brand ambassador* memberikan dampak signifikan pada *brand image* Kopi Kenangan x Oatside.

Kata Kunci: Angga Yunanda; Citra Merek; Duta Merek; Kopi Kenangan x Oatside

Intelligentia - Dignitas

Amanda (1408521049), PENGARUH BRAND AMBASSADOR ANGGA YUNANDA TERHADAP BRAND IMAGE KOPI KENANGAN X OATSIDE, Final Scientific Work Project, 2025 ; 67 pages; 16 attachment; 6 books 2016 – 2024, 30 journal, 7 site.

ABSTRACT

Significant growth in Indonesia's local coffee shop industry has intensified competition among brands. To strengthen its brand image, Kopi Kenangan launched a collaboration with Oatside, featuring Angga Yunanda as brand ambassador.

This study aims to examine the influence of Angga Yunanda as a brand ambassador on the brand image of Kopi Kenangan x Oatside among State University of Jakarta students. Using a quantitative approach and incidental sampling with the Slovin formula, 100 respondents were obtained.

The theory used in the study is the theory of Rossiter & Percy and Keller. Brand Ambassador (X) is measured based on the VisCAP theory with four dimensions, namely Visibility, Credibility, Attraction, and Power, while Brand Image (Y) is measured with three dimensions, namely Strength (Familiarity) of Brand Association, Favorability of Brand Association, and Uniqueness of Brand Association.

The correlation value (R) obtained is 0.613 which is in the strong correlation level category, so the first hypothesis test can be concluded that H_A can be accepted and H_0 is rejected. The T test shows that T count (7.675) > T table (1.984), which concludes that Brand Ambassador (X) has a significant effect on Brand Image (Y). The coefficient of determination (R^2) is obtained at 37.5%, the brand image of Kopi Kenangan x Oatside is influenced by brand ambassador Angga Yunanda, in the moderate or medium category.

The conclusion of this study is that Angga Yunanda as a brand ambassador has a significant impact on the brand image of Kopi Kenangan x Oatside.

Keywords: *Angga Yunanda; Brand Ambassador; Brand Image; Kopi Kenangan x Oatside*

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

LEMBAR ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN HASIL PENELITIAN TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Akademis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1 Deskripsi Konseptual	9
2.1.1 Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X)	9
2.1.2 Variabel <i>Brand Image</i> (Y)	12
2.2 Penelitian Relevan.....	15
2.3 Hipotesis.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian	23
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.4 Populasi dan Sampel	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5.1 Data Primer	30

3.5.2	Data Sekunder	30
3.5.3	Kuesioner	31
3.5.4	Instrumen Penelitian.....	32
3.6	Teknik Analisis Data.....	33
3.7	Pengukuran Validitas dan Reliabilitas	34
3.7.1	Validitas	34
3.7.2	Reliabilitas	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		38
4.1	Profil Objek Penelitian (Angga Yunanda).....	38
4.2	Profil Objek Penelitian (Kopi Kenangan).....	39
4.3	Hasil Penelitian	40
4.3.1	Karakteristik Responden	40
4.3.2	Hasil Analisis Variabel	40
A.	Kaiser Meyer Olkin of Sampling dan Bartlett's Test	40
B.	Uji Korelasi Pearson	41
C.	Uji Normalitas	42
D.	Uji Linearitas	43
E.	Regresi Linier Sederhana	44
F.	Uji T	45
4.4	Modus Per Dimensi.....	45
4.4.1	Variabel <i>Brand Ambassador</i>	46
4.4.2	Variabel <i>Brand Image</i>	47
4.5	Modus Per Indikator.....	48
4.5.1	Variabel <i>Brand Ambassador</i>	49
4.5.2	Variabel <i>Brand Image</i>	52
4.6	Deskriptif Data Penelitian	55
4.6.1	Variabel <i>Brand Ambassador</i>	55
4.6.2	Variabel <i>Brand Image</i>	58
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	60
BAB V KESIMPULAN		65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA		xiv
LAMPIRAN.....		xix

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 2. Operasionalisasi Konsep	24
Tabel 3. Skor Jawaban Kuesioner dengan Skala Likert.....	32
Tabel 4. Tabel Indikator Variabel X	32
Tabel 5. Tabel Indikator Variabel Y	33
Tabel 6. Uji Validitas.....	35
Tabel 7. Uji Validitas Variabel Y	35
Tabel 8. Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 9. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 10. Identitas Responden Berdasarkan Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta	40
Tabel 11. Hasil <i>Kaiser Meyer Olkin of Sampling</i> dan <i>Bartlett's Test</i>	41
Tabel 12. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	41
Tabel 13. Hasil Uji Korelasi Pearson	42
Tabel 14. Hasil Uji Normalitas.....	42
Tabel 15. Hasil Uji Linearitas	43
Tabel 16. Tabel ANOVA Regresi Linier Sederhana	44
Tabel 17. Tabel Model Summary Regresi Linier Sederhana	44
Tabel 18. Tabel Coefficients Uji T	45
Tabel 19. Tabel Descriptive Statistic Variabel Brand Ambassador	55
Tabel 20. Tabel Descriptive Statistics Variabel Brand Image	58

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Grafik Kedai Kopi Favorit di Indonesia Sumber: Kedai Kopi Favorit di Indonesia	2
Gambar 2. Poster Kolaborasi Angga Yunanda dan Kopi Kenangan	5
Gambar 3. Video Promosi Kolaborasi Angga Yunanda dan Kopi Kenangan	5
Gambar 4. Grafik Modus Penelitian Dimensi Variabel Brand Ambassador	46
Gambar 5. Grafik Modus Penelitian Dimensi Variabel Brand Image.....	47
Gambar 6. Grafik Modus Penelitian Indikator Variabel Brand Ambassador	49
Gambar 7. Grafik Modus Penelitian Indikator Variabel Brand Image.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian	xix
Lampiran 2. Tabulasi Data Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X)	xxiv
Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel <i>Brand Image</i> (Y).....	xxviii
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	xxxii
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	xxxiii
Lampiran 6. Hasil Uji Kaiser Meyer Olkin of Sampling dan Bartlett's Test ..	xxxiv
Lampiran 7. Hasil Uji Korelasi Pearson	xxxvi
Lampiran 8. Hasil Uji Normalitas	xxxvii
Lampiran 9. Hasil Uji Linearitas.....	xxxviii
Lampiran 10. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	xxxix
Lampiran 11. Hasil Uji T	xl
Lampiran 12. Frekuensi Variabel X.....	xli
Lampiran 13. Frekuensi Variabel Y	xliv
Lampiran 14. Form Bimbingan.....	xlvi
Lampiran 15. Artikel Jurnal	xlvi
Lampiran 16. Daftar Riwayat Hidup.....	li

Intelligentia - Dignitas