

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan melalui beberapa analisis dan uji didapatkan bahwa terdapat korelasi yang menunjukkan adanya hubungan dalam kategori sedang dengan nilai sebesar 0,568 yang lebih besar dari nilai R tabel. Pada analisis regresi linear sederhana didapatkan hubungan pengaruh antara daya tarik Nagita sebagai *brand ambassador* terhadap kesadaran merek produk *body lotion* RANS *Beauty* adalah sebesar 0,322 atau setara dengan 32,2% dan sisanya sebesar 68,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kemudian hasil uji hipotesis menyatakan bahwa adanya pengaruh daya tarik Nagita Slavina sebagai *brand ambassador* terhadap kesadaran merek produk *body lotion* RANS *Beauty* di kota Yogyakarta adalah signifikan (diterima) dengan hasil sig, 0,00 yang lebih kecil dari 0,05.

Berdasarkan dari hasil uji analisis dan pembahasan tersebut, kemudian juga berhubungan dengan teori S-R yang dimana adanya stimulus dalam hal ini aspek daya tarik Nagita sebagai *brand ambassador* dan respon yang timbul yaitu kesadaran merek produk *body lotion* RANS *Beauty*. Maka dipahami bahwa terbukti adanya hubungan dan pengaruh. Namun pengaruh ditimbulkan tidak begitu kuat, hal ini dibuktikan dari hasil jawaban responden pada variabel Y bahwa hanya sedikit responden yang mampu mengingat produk *body lotion* RANS *Beauty* sampai pada tingkatan ke empat atau *top of mind* dan sisanya hanya berada pada tingkatan pertama, kedua dan ketiga.

B. Saran

1. Saran Akademis

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan penelitian ini dapat memperhatikan dan menambah penggunaan variabel lain yang berhubungan dengan kesadaran merek, sehingga dapat menambah referensi tentang pengaruh kesadaran merek. Kemudian bagi peneliti selanjutnya dapat membuat sistem pengelompokan usia berdasarkan interval untuk memudahkan dalam analisis. Selain itu disarankan untuk berfokus pada satu produk dan satu aspek daya tarik *brand ambassador* saja dan tidak secara umum.

2. Saran Praktis

- a. Bagi RANS *Beauty* kedepannya disarankan untuk banyak membuat kerja sama dengan selebriti lain sebagai *brand ambassador* atau *selebriti endorsement* dalam melakukan pemasaran kepada masyarakat untuk meningkatkan kesadaran merek para *audiens*. Bagi peneliti selanjutnya dapat
- b. Kemudian dalam meningkatkan kesadaran merek RANS *Beauty* disarankan untuk lebih memperhatikan strategi komunikasi pemasaran dalam media sosial dengan menciptakan konten yang dapat menarik perhatian audiens.

C. Batasan

Dalam penelitian ini juga terdapat batasan yang dimiliki yakni, pembahasan tentang hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi kesadaran, selain aspek daya tarik dari Nagita sebagai *brand ambassador*. Kemudian terdapat batasan dalam hal fokus penelitian yang berfokus pada semua produk atau masih bersifat umum. Selain itu terdapat batasan penelitian dalam penggunaan teknik sampel yaitu peneliti menggunakan *non-probability sampling*

yang mempunyai kelemahan sulit untuk digeneralisir dan tidak semua orang mendapatkan kesempatan untuk menjadi responden. Dan juga terdapat batasan dalam pengelompokan usia yang dibuat secara terpisah dan tidak dalam bentuk interval.



Daftar Pustaka

- Ajnya et.all. (2023). *Brand ambassador, citra merek dan niat beli*. Cilacap: Media Pustaka
Indo.https://www.google.co.id/books/edition/BRAND_AMBASSADOR_CITR_A_MERREK_DAN_NIAT_BE/NqDLEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=indikator+daya+selebritis&pg=PA21&printsec=frontcover
- Aji, H. B., & Gita. N. W. (2020). Strategi peningkatan brand awareness yang dilakukan oleh Le Minerale selama masa pandemi Covid-19. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 168-177.
<http://jurnal-umbuton.ac.id/index.php/Medialog/article/view/754>
- Angelia, D. (2022). Apa produk kecantikan paling laris di Indonesia. *Goodstats.id*. Diakses pada 08 September 2023:
<https://goodstats.id/img/articles/original/2022/09/11/apa-produk-kecantikan-paling-laris-di-indonesia-MNy4Jx9vLW.jpg?p=articles-lg>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6766>
- Ansory, M. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Surabaya: Airlangga Universitas Press.
- Alimudin, A & Purwanto, G. (2022). *Digital marketing untuk UMKM*. Surabaya: Narotama University Press.
https://www.google.co.id/books/edition/DIGITAL_MARKETING_UNTUK_UMKM/A92YEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=alimudin+dan+purwanto&printsec=frontcover
- Bungin, B. (2008). *Metode penelitian kuantitatif: komunikasi, ekonomi, dan kebijakan publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, B. (2013). *Metode penelitian kuantitatif: Komunikasi, ekonomi, dan kebijakan publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Badan Pusat Statistik Yogyakarta (2023). Diakses pada 14 Oktober 2023:
<https://yogyakarta.bps.go.id/indicator/12/174/1/proyeksi-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-d-i-yogyakarta-x-1000-2017-2025.html>
- Devi, P. et.all. (2023). *Celebrity endorsement, brand image dan niat beli konsumen*. Cilacap: Media Pustaka Indo.
https://www.google.co.id/books/edition/CELEBRITY_ENDORSEMENT_BRAND_IMAGE_DAN_NI/PKDLEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=indikator+daya+selebritis&pg=PA17&printsec=frontcover
- Djamal, H & Fachrudin, A. (2011). *Dasar-dasar penyiaran sejarah, organisasi, operasional, dan regulasi*. Jakarta: Kencana.

https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_dasar_penyiaran/BRm6EAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=teori+komunikasi+SR&pg=PA64&printsec=frontcover

Djumena, E. (2022, Februari 22). *Mengintip gurita bisnis RANS entertainment milik raffi ahmad dan nagita slavina*. Kompas.com. Diakses 13 Juni 2023 pada:

<https://money.kompas.com/read/2022/02/22/050900526/mengintip-gurita-bisnis-rans-entertainment-milik-raffi-ahmad-nagita-slavina?page=all>

Durianto, D., Sugiarto., & Budiman, J. L. (2004). *Brand equity ten: Strategi memimpin pasar*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.

https://books.google.co.id/books?id=S4MDGeY68EYC&pg=PA6&dq=kesadaran+merek&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwiF-ZTN6uqBAxURcmwGHcWPAYYQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=kesadaran%20merek&f=false

Firmansyah, A. (2023). *Pemasaran produk dan merek (planning & strategy)*. Qiara Media.

https://www.google.co.id/books/edition/_/fiHHEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&pg=PA143&dq=daya+tarik+brand+ambassador

Firadus, M.M. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS STATISTICS (26.0 ed.)*. DOTPLUS Publisher.

[METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF; DILENGKAPI ANALISIS REGRESI IBM SPSS ... - FIRDAUS, M.M. - Google Buku](#)

Gani, I & Amalia, S. *Alat analisis data*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.

Hana, S. (2023). Bagaimana laju industri kecantikan saat ini. *Lodi.id*, h.1. Diakses pada 08 September 2023: <https://lodi.id/2023/07/06/bagaimana-laju-industri-kecantikan-saat-ini/>

Heding, T., Knudtzen, F., Bjerre, M. (2009). *Brand Management Research Theory and Practice*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.

Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada media.

Lestari, R. D., & Zuhri, S. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Trialista Beauty Dalam Meningkatkan Penjualan. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 935-951.

<https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/reslaj/article/view/1645/1624>.

Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Depok, Yogyakarta: Cakra Ilmu (Imprint Gelar Semesta Aksara).

Makbul, M. (2021). Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian. *Jurnal pendidikan dan keguruan*. 1-38

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2018&as_yhi=2023&q=METODE+PENGUMPULAN+DATA+DAN+INSTRUMEN+%7BPENELITIAN+&btnG=

- Mukhlis et all. (2023). *Digital marketing strategy*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
https://www.google.co.id/books/edition/DIGITAL_MARKETING_STRATEGY_Panduan_Prakt/-nreEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=mukhlis+pemasaran&printsec=frontcover
- Nihayati. (2023 Maret, 4). *Wah Raffi Ahmad dan Nagita Slavina jadi orang terpopuler nomor 2 Se-asia tenggara*. Serambinews. Diakses pada 1 Oktober 2023 melalui: <https://aceh.tribunnews.com/2023/03/04/wah-raffi-ahmad-dan-nagita-slavina-jadi-orang-terpopuler-nomor-2-se-asia-tenggara>
- Radiani. (2022). Rans Beauty and lemongrass body shower & body lotion untuk perawatan kulit gosongku. *Radiani-kulsum.com*. Diakses pada 08 September 2023: <https://www.radiani-kulsum.com/2022/05/rans-beauty-lemon-lemongrass-body-shower-lotion.html>
- Ramhawati. (2022). *Apa saja variabel penelitian dalam bidang marketing*. Samarinda: Mulawarman Universitas Press.
https://www.google.co.id/books/edition/Apa_Saja_Variabel_Penelitian_dalam_Bidang/-3KcEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=brand+ambassador&pg=PA78&printsec=frontcover
- Rianto, J. (2022). *Semua Tentang Merek*. Yogyakarta: PT. Nas Media Indonesia.
https://www.google.co.id/books/edition/Semua_Tentang_Merek/Fq6mEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=kesadaran+merek&printsec=frontcover
- Suyanto, M. (2017). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
https://www.google.co.id/books/edition/Marketing_Strategy_Top_Brand_Indonesia/lBnV0DKk_gYC?hl=id&gbpv=1&dq=kesadaran+merek&pg=PA80&printsec=frontcover
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.menilik-kebutuhan-gula-harian-berdasarkan-usia

Lampiran Kuesioner dan Turnitin

KUESIONER

TINGKAT KESADARAN MEREK (BRAND AWARENESS DARI PRODUK *BODY CARE RANS BEAUTY* PADA PEREMPUAN DI INDONESIA

A. Identitas Responden

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Domisili :

B. Pernyataan Daya Tarik Brand Ambassador

I. Petunjuk Pengisian

Pilihlah pada salah satu alternatif jawaban dengan memberi tanda centang (✓) pada kolom yang tersedia untuk jawaban yang paling tepat menurut persepsi anda terhadap brand *body lotion RANS Beauty*. Berikut merupakan keterangan mengenai skor penilaian:

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3

Sangat Setuju (SS)	4
--------------------	---

II. Daftar Pernyataan Daya Tarik *Brand Ambassador* Nagita

No	Butir Kuesioner (Kecerdasan)	STS	TS	S	SS
1.	Nagita adalah orang yang paham tentang perawatan tubuh				
2.	Saya tertarik dengan kemampuan pengetahuan Nagita dalam bidang perawatan tubuh				
3.	Nagita mempunyai kemampuan komunikasi yang baik				
4.	Saya tertarik dengan kemampuan komunikasi Nagita Slavina				

No	Butir Kuesioner (Non Fisik)	STS	TS	S	SS
1.	Nagita adalah orang yang mempunyai kepribadian menyenangkan				
2.	Saya tertarik dengan kepribadian Nagita Slavina yang menyenangkan				

3.	Nagita Slavina merupakan orang yang dapat menginspirasi masyarakat				
----	--	--	--	--	--

No	Butir Kuesioner (Gaya Hidup)	STS	TS	S	SS
1.	Saya tertarik dengan aktivitas keseharian yang dilakukan oleh Nagita Slavina				
2.	Saya menyukai cara Nagita Slavina menggunakan <i>body care</i>				

No	Butir Kuesioner (Fisik)	STS	TS	S	SS
1.	Nagita mempunyai penampilan yang menarik dalam mempromosikan produk perawatan tubuh				
2.	Nagita mempunyai tampilan wajah yang cantik				
3.	Saya tertarik dengan kecantikan Nagita				

C. Daftar Pertanyaan Kesadaran Merek

I. Petunjuk Pengisian

Pilihlah pada salah satu alternatif jawaban pada 2 kolom yang tersedia untuk jawaban yang paling tepat menurut anda terkait dengan minat beli

terhadap produk *body care* RANS *Beauty*. Setelah memilih berikan lah alasan atas jawaban yang anda pilih dan berikut keterangan pilihan jawaban:

Ya Tidak

II. Daftar Pertanyaan Kesadaran Merek

a. Pertanyaan *Unawareness Of Brand*

1. Apakah anda mengetahui bahwa RANS *Beauty* merupakan cabang bisnis yang dimiliki oleh RANS *Entertainment*?

Ya Tidak

*Jika anda memilih “Tidak” maka boleh diberhentikan proses pengisian kuesioner kemudian dikirim. Namun jika anda memilih "Ya" maka silahkan dilanjutkan pada tahap berikutnya.

2. Apakah anda mengetahui bahwa RANS *Beauty* adalah bidang usaha yang bergerak dalam bidang perawatan tubuh?

Ya Tidak

*Jika anda memilih “Tidak” maka boleh diberhentikan proses pengisian kuesioner kemudian dikirim. Namun jika anda memilih “Ya” maka silahkan dilanjutkan pada tahap berikutnya.

b. Pertanyaan *Brand Recognition*

1. Apakah anda mengetahui RANS *Beauty* punya varian cinnamon & saffron?

Ya Tidak

*Jika anda memilih “Tidak” maka boleh diberhentikan proses pengisian kuesioner kemudian dikirim. Namun jika anda memilih “Ya” maka silahkan dilanjutkan pada tahap berikutnya.

2. Apakah anda mengetahui bahwa gambar di bawah ini adalah model gambar dari produk *body lotion* RANS Beauty?



Ya Tidak

*Jika anda memilih “Tidak” maka boleh diberhentikan proses pengisian kuesioner kemudian dikirim. Namun jika anda memilih “Ya” maka silahkan dilanjutkan pada tahap berikutnya.

3. Apakah anda mengetahui gambar di bawah ini merupakan logo dari RANS Beauty?



Ya Tidak

*Jika anda memilih “Tidak” maka boleh diberhentikan proses pengisian kuesioner kemudian dikirim. Namun jika anda memilih “Ya” maka silahkan dilanjutkan pada tahap berikutnya.

c. Pertanyaan *Brand Recall*

1. Apakah produk *body lotion* RANS *Beauty* selalu muncul dalam benak anda ketika membicarakan tentang *body lotion*?

Ya Tidak

*Jika anda memilih “Tidak” maka boleh diberhentikan proses pengisian kuesioner kemudian dikirim. Namun jika anda memilih “Ya” maka silahkan dilanjutkan pada tahap berikutnya.

2. Apakah anda mampu menyebutkan jenis produk *body lotion* yang dimiliki oleh Nagita?

Ya Tidak

*Jika anda memilih “Tidak” maka boleh diberhentikan proses pengisian kuesioner kemudian dikirim. Namun jika anda memilih "Ya" maka silahkan sebutkan salah satu varian *body lotion* RANS *Beauty* pada kolom dibawah ini dan kemudian dilanjutkan pada tahap berikutnya

3. Apakah anda tahu warna yang digunakan pada logo RANS *Beauty*?

Ya Tidak

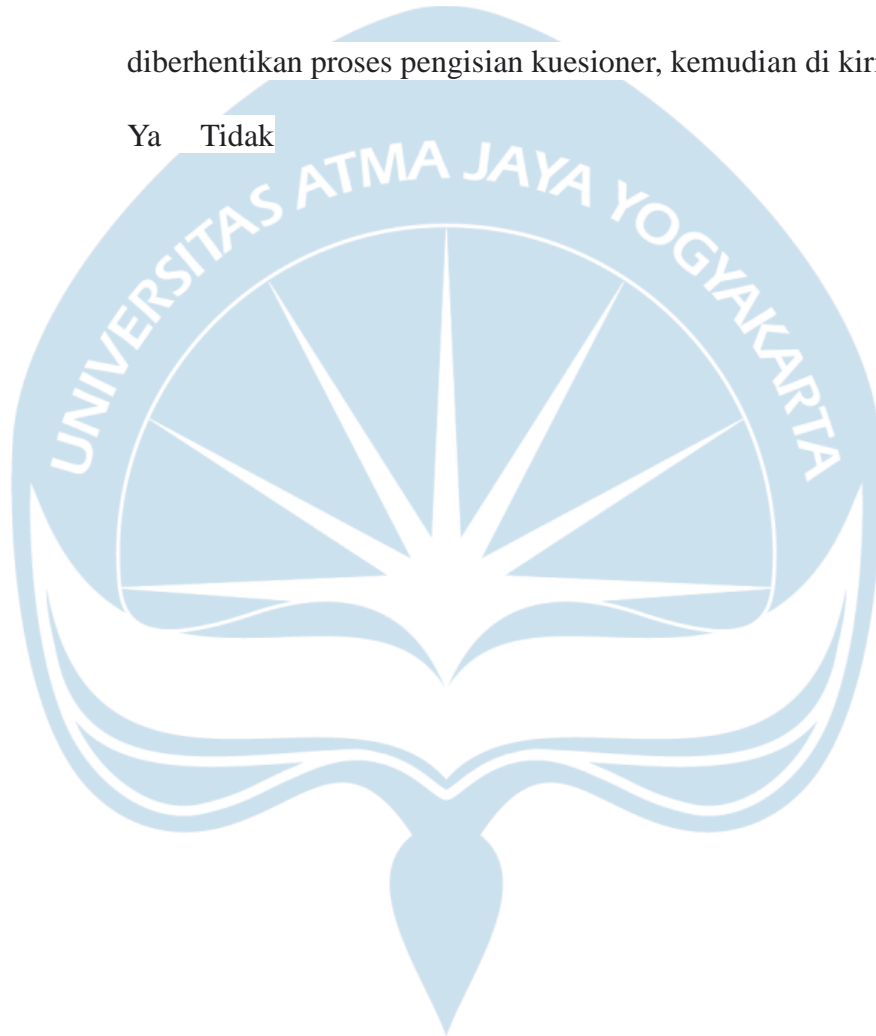
*Jika anda memilih “Tidak” maka boleh diberhentikan proses pengisian kuesioner kemudian dikirim. Namun jika anda memilih "Ya" maka silahkan sebutkan salah warna logo yang digunakan RANS *Beauty* pada kolom dibawah ini dan kemudian dilanjutkan pada tahap berikutnya

d. Pertanyaan *Top Of Mind*

1. Apakah produk *body lotion* RANS *Beauty* adalah produk yang menjadi prioritas utama anda ketika ingin membeli kebutuhan perawatan tubuh?

*Jika anda pilih “Ya” silahkan dijelaskan apa alasan anda pada kolom dibawah ini. Jika anda memilih “Tidak” maka boleh diberhentikan proses pengisian kuesioner, kemudian di kirim.

Ya Tidak



SKRIPSI YOLENCHYA UNY_200907330

ORIGINALITY REPORT

6% SIMILARITY INDEX	6% INTERNET SOURCES	3% PUBLICATIONS	4% STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	1%
2	Submitted to Universitas Atma Jaya Yogyakarta Student Paper	1%
3	Submitted to Universitas Bunda Mulia Student Paper	<1%
4	ojs.uninus.ac.id Internet Source	<1%
5	jurnal.ubl.ac.id Internet Source	<1%
6	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1%
7	library.binus.ac.id Internet Source	<1%
8	repository.ub.ac.id Internet Source	<1%
9	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	<1%

10	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	<1 %
11	id.scribd.com Internet Source	<1 %
12	Submitted to Ajou University Graduate School Student Paper	<1 %
13	Submitted to Universitas Islam Lamongan Student Paper	<1 %
14	konsultasiskripsi.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches < 25 words

Exclude bibliography On

