

ABSTRAK

Mayfani Nur Hasanah, 10821530

Pengaruh Brand Ambassador Rangga Azof Terhadap Brand Image Whitelab

Kata Kunci : Brand Ambassador, Brand Image, Teori SOR
(xii + 76 + LAMPIRAN)

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi apakah terdapat perbedaan dalam pengaruh Brand Ambassador Rangga Azof terhadap Brand Image Whitelab antara kelompok konsumen berbeda, seperti berdasarkan usia, gender, atau latar belakang demografis lainnya dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini mengacu pada teori *Stimulus Organism Response*. Metode yang digunakan adalah metode angket (kuesioner), yang didasarkan paradigma positivisme dan diterapkan pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel dengan jumlah melibatkan 100 responden masyarakat Indonesia yang mengetahui Rangga Azof sebagai Brand Ambassador Whitelab. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh Brand Ambassador rangga azof terhadap Brand Image Whitelab dibuktikan dengan nilai R Square yaitu sebesar 53.7%. Dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh nyata dari Brand Ambassador rangga azof terhadap Brand Image Whitelab.

Daftar Pustaka (2020 – 2023)