

## DAFTAR ISI

TESIS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
ABSTRAK.....	III
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI .....	14
2.1 Kajian Pustaka .....	14
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.2 Selebriti pada Kegiatan Promosi.....	16
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i> dalam Bisnis Perawatan di Indonesia.....	21
2.2 Landasan Teori .....	23
2.2.1 Strategic, Tactic, Value Triangle (STV triangle).....	23
2.2.2 <i>Brand Activation</i> .....	32
2.2.3 <i>Brand Ambassador</i> .....	33
2.2.4 <i>Brand Equity</i> .....	34
2.3 Penelitian-Penelitian Terdahulu.....	40
2.4 Kerangka Berpikir .....	46
BAB III METODE PENELITIAN .....	47
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	47
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	47
3.3 Sumber Data (Data Primer dan Sekunder) .....	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	48

3.5 Teknik Analisis Data .....	50
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	51
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	53
4.1 Deskripsi Subjek Penelitian.....	53
4.1.1 Sejarah Berdirinya NPURE dan Pemanfaatan <i>Brand Ambassador</i> .....	53
4.1.2 Nilai-nilai dan Produk Brand NPURE .....	55
4.1.3 Visi, Misi dan Struktur Organisasi PT. Penta Natural Kosmetindo.....	56
4.1.4 Peran Divisi Marketing Communication NPURE .....	57
4.2 Hasil Penelitian.....	59
4.2.1 Penentuan Strategi ( <i>Mind Share</i> ) NPURE .....	62
4.2.2 Diferensiasi.....	67
4.2.3 <i>Brand Activation</i> .....	70
4.2.4 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	78
4.2.5 Karakteristik <i>Brand Ambassador</i> .....	112
4.2.6 <i>Brand Equity</i> NPURE .....	118
4.2.7 Evaluasi Pemanfaatan <i>Brand Ambassador</i> NPURE .....	120
4.3 Model Pemanfaatan <i>Brand Ambassador</i> NPURE dalam Membangun <i>Brand Equity</i> .....	134
4.4 Pembahasan .....	136
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	147
5.1 Kesimpulan.....	147
5.2 Saran .....	149
DAFTAR PUSTAKA.....	152

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Endorsment atau Iklan pada Akun Instagram Pribadi Isyana .....	3
Gambar 1. 2 Komentar Audiens di Laman Instagram Milik NPURE .....	9
Gambar 2. 1 Sembilan Elemen Inti Pemasaran.....	23
Gambar 2. 2 Ruang Lingkup Bauran Pemasaran .....	27
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir Penelitian .....	46
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi NPURE .....	57
Gambar 4. 2 Proses Rapat antar Divisi di NPURE .....	60
Gambar 4. 3 Kemasan produk NPURE .....	64
Gambar 4. 4 Pengambil Keputusan Pembelian dalam Rumah Tangga .....	67
Gambar 4. 5 Tumbuhan Asli dalam Produk NPURE .....	68
Gambar 4. 6 Serah Terima Penghargaan dari MURI kepada NPURE .....	68
Gambar 4. 7 Baliho Iklan NPURE di Bandara I Gusti Ngurah Rai, Bali .....	81
Gambar 4. 8 Iklan pada pameran Jogja X Beauty .....	81
Gambar 4. 9 Baliho di Ruas Jalan Teuku Umar, Bandar Lampung.....	82
Gambar 4. 10 YouTube Ads NPURE .....	82
Gambar 4. 11 Baliho di Ruas Jalan Raya Serpong, Tangerang Selatan .....	82
Gambar 4. 12 Iklan NPURE di Instagram yang terhubung dengan Facebook .....	83
Gambar 4. 13 TikTok Ads NPURE.....	83
Gambar 4. 14 Iklan Banner NPURE di Toko Reseller NPURE .....	84
Gambar 4. 15 Iklan berjenis Endorsment pada Akun Instagram <i>Brand Ambassador</i> .....	85
Gambar 4. 16 Siaran Langsung NPURE bersama Rizky Febian.....	90
Gambar 4. 17 Pemberitahuan Siaran Langsung oleh <i>Brand Ambassador</i> .....	94
Gambar 4. 18 Merchandise NPURE Bergambar Karikatur Isyana Sarasvati.....	95
Gambar 4. 19 Poster Diskon NPURE di Media Sosial.....	95
Gambar 4. 20 Ajakan Dance Challenge Berhadiah oleh <i>Brand Ambassador</i> .....	98
Gambar 4. 21 Poster Produk di WhatsApp NPURE.....	101
Gambar 4. 22 Para Dokter Spesialis Kulit Mitra NPURE .....	102
Gambar 4. 23 Direct Marketing oleh <i>Brand Ambassador</i> .....	104
Gambar 4. 24 Acara Perilisan Rangkaian Produk Bersama <i>Brand Ambassador</i> .....	105
Gambar 4. 25 Jumpa Penggemar Isyana Bersama NPURE.....	106
Gambar 4. 26 Publikasi NPURE pada Akun Media Digital di TikTok .....	111
Gambar 4. 27 Publikasi NPURE pada Media Situs Tribun .....	111
Gambar 4. 28 Publikasi NPURE pada Media Situs Info Brand.....	112
Gambar 4. 29 Publikasi pada Media Situs NPURE.....	112
Gambar 4.27 Bagan Model Pemanfaatan <i>Brand Ambassador</i> NPURE dalam Membangun Brand Equity.....	133

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbedaan Influencer, Endorser (Bintang Iklan), dan <i>Brand Ambassador</i> .....	4
Tabel 1. 2 Daftar <i>Brand Ambassador</i> Brand Perawatan Kulit Asli Indonesia .....	7
Tabel 1. 3 Jumlah Penjualan Brightening Licorice Setelah Launching .....	10
Tabel 2. 1 Matrix Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu .....	44
Tabel 3. 1 Daftar Nama Narasumber Utama .....	49
Tabel 3. 2 Daftar Nama Narasumber Tambahan .....	49
Tabel 4. 1 Jumlah Pengikut Media Sosial <i>Brand Ambassador</i> NPURE .....	114