

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data merupakan gambaran yang akan digunakan untuk proses selanjutnya yakni menguji hipotesis. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan karakteristik responden yang menjadi objek dalam penelitian ini penulis mendeskripsikan kondisi responden yang menjadi sampel dilihat dari karakteristik responden berikut data dari penelitian ini:

#### 4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini terdapat gambaran umum tentang responden yaitu konsumen serum Somethinc.

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usai (tahun)	Frekuensi	Persentase
1.	17-20 Tahun	7	7%
2.	21-25 Tahun	92	92%
3.	25 Tahun keatas	1	1%
<b>Jumlah</b>		100	100,0%

*Sumber: Hasil data diolah pada tahun 2023*

Berdasarkan hasil karakteristik pada tabel 4.1 menjelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia diketahui 17-20 tahun sebanyak 7 responden atau 7%, pada umur 21-25 tahun terdapat 92 responden atau 92% dan usia 25 tahun keatas menempati angka terendah dengan 1 responden atau 1% dari jumlah sampel. Dapat disimpulkan bahwa konsumen produk serum Somethinc didominasi usia 21-25 Tahun.

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	6	6%
2.	Perempuan	94	94%
<b>Jumlah</b>		100	100%

*Sumber: Hasil data diolah pada tahun 2023*

Data yang tertera pada tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa terdapat responden laki laki sebesar 6, dan responden perempuan sebesar 92 responden. Artinya mayoritas konsumen serum Somethinc adalah perempuan dengan jumlah responden 92%.

#### 4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Berikut ini hasil jawaban kuesioner Analisis Perbandingan Efektivitas Brand Ambassador Han So Hee dan Syahrini yang disebarakan kepada 40 responden sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Jawaban Responden**

No	Pernyataan	Jawaban									
		1		2		3		4		5	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Seberapa jauh anda mengenal Aktris Han So Hee?	3	7,5%	9	22,5%	9	22,5%	16	40%	3	7,5%
2.	Seberapa luas anda mengetahui kegiatan yang dilakukan Han So Hee?	7	17,5%	12	30%	13	32,5%	5	12,5%	3	7,5%
3.	Apakah anda tahu darimana Han So Hee berasal?	5	12,5%	10	25%	4	10%	16	40%	5	12,5%

4.	Seberapa jauh Han So Hee mengenal Somethinc menurut anda?	4	10%	13	32,5%	9	22,5%	12	30%	2	5%
5.	Seberapa keyakinan anda terhadap Han So Hee saat menjadi brand ambassador Somethinc?	1	2,5%	2	5%	21	52,5%	13	32,5%	3	7,5%
6.	Seberapa besar anda menyukai Han So Hee?	0		5	12,5%	16	40%	14	35%	5	12,5%
7.	Seberapa sering anda menggunakan serum Somethinc saat Han So Hee menjadi brand ambassador?	4	10%	20	50%	15	37,5%	1	2,5%	0	
8.	Seberapa jauh anda mengenal Syahrini?	1	2,5%	7	17,5%	13	32,5%	17	42,5%	2	5%
9.	Seberapa luas anda mengetahui kegiatan yang dilakukan Syahrini?	1	2,5%	10	25%	22	55%	7	17,5%	0	
10.	Apakah anda tahu darimana Syahrini berasal?	2	5%	9	22,5%	9	22,5%	18	45%	2	5%
11.	Seberapa jauh Syahrini mengenal Somethinc menurut anda?	1	2,5%	10	25%	15	37,5%	14	35%	0	
12.	Seberapa keyakinan anda terhadap Syahrini saat menjadi brand ambassador Somethinc?	1	2,5%	5	12,5%	22	55%	12	30%	0	
13.	Seberapa besar anda menyukai Syahrini?	1	2,5%	3	7,5%	15	37,5%	17	42,5%	4	10%
14.	Seberapa sering anda menggunakan serum Somethinc saat Syahrini menjadi brand ambassador?	3	7,5%	17	42,5%	17	42,5%	3	7,5%	0	

*Sumber: Hasil data diolah pada tahun 2023*

Berdasarkan tabel 4.3 jawaban responden diatas, menunjukkan bahwa pernyataan yang terbesar yaitu pada jawaban netral (skor 3) sebanyak 22 responden dengan persentase 55% terdapat pada pernyataan 9. Dan yang

terkecil terdapat pada pernyataan 6 pada jawaban sangat tidak suka (skor 1) dengan persentase 0%, pernyataan 7,9,11,12,14 (skor 5) dengan persentase 0%.

## 4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

### 4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu alat ukur yang digunakan. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu keadaan yang diukur oleh peneliti. Berdasar hasil pengolahan data 40 responden yang digunakan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel *Brand Ambassador***

Pernyataan	r hitung	r tabel	Hasil	Sig < Alpha	Simpulan
Pernyataan 1	0,648	0,312	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000 < 0,05	Valid
Pernyataan 2	0,495	0,312	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000 < 0,05	Valid
Pernyataan 3	0,775	0,312	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000 < 0,05	Valid
Pernyataan 4	0,649	0,312	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000 < 0,05	Valid
Pernyataan 5	0,670	0,312	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000 < 0,05	Valid
Pernyataan 6	0,769	0,312	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000 < 0,05	Valid
Pernyataan 7	0,429	0,312	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000 < 0,05	Valid
Pernyataan 8	0,534	0,312	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000 < 0,05	Valid
Pernyataan 9	0,614	0,312	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000 < 0,05	Valid
Pernyataan 10	0,689	0,312	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000 < 0,05	Valid
Pernyataan 11	0,692	0,312	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000 < 0,05	Valid
Pernyataan 12	0,460	0,312	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000 < 0,05	Valid
Pernyataan 13	0,429	0,312	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000 < 0,05	Valid
Pernyataan 14	0,453	0,312	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000 < 0,05	Valid

Sumber: Hasil data diolah pada tahun 2023

Berdasarkan pada tabel 4.4 hasil uji validitas untuk uji variabel *Brand Ambassador* (X) sebanyak 14 pernyataan diperoleh masing masing item dengan uji validitas semua adalah valid, karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,312)

dan  $\text{sig} < \alpha 0,05$ , hasil uji untuk variabel menunjukkan seluruh item yang bersangkutan dengan variabel *Brand Ambassador*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan variabel *Brand Ambassador* (X) dinyatakan valid.

### 4.3 Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel 4.5**  
**Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi**

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,000 – 0,1999	Sangat Rendah

Berdasarkan tabel 4.5 reliabel di atas, maka dapat dilihat hasil pengujian yang disebarkan kepada 40 responden dalam penelitian diperoleh nilai seperti pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji reliabilitas Variabel *Brand Ambassador***

Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Keterangan
<i>Brand Ambassador</i>	0,858	Sangat Tinggi

*Sumber: Hasil data diolah pada tahun 2023*

Berdasar tabel 4.6 hasil uji reliabilitas dengan nilai Cronbach's Alpha yaitu: variabel *Brand Ambassador* (X) sebesar 0.858 dinyatakan reliabel. Disebut dengan tingkat reliabilitasnya tinggi yang ditentukan oleh nilai koefisiensi r, semakin tinggi.

#### 4.4 Hasil Uji T Independen

Dasar pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak  $H_0$  pada ujian ini adalah sebagai berikut:

1.  $H_0$  diterima apabila  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, berarti tidak terdapat perbedaan antara perbandingan terhadap *Visibility*, *Credibility*, *Attractive*, dan *Power* pada *Brand Ambassador* Han So Hee dan Syahrini.
2.  $H_0$  ditolak apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, berarti terdapat perbedaan rata-rata antara perbandingan terhadap *Visibility*, *Credibility*, *Attractive*, dan *Power* pada *Brand Ambassador* Han So Hee dan Syahrini.

Perhitungan  $t_{\text{tabel}}$  adalah:

$$\begin{aligned}\alpha &= 5\% \\ t_{\text{tabel}} &= t(\alpha/2; n_1+n_2-2) \\ &= t(0,025, 100+100-2) \\ &= t(0,025; 198) \\ &= 1.960\end{aligned}$$

**Tabel 4.8**  
**Hasil Output SPSS Uji Beda Dua Rata-Rata *Visibility* Han So Hee dan Syahrini**

	T	Df	Sig. (2-tailed)
<i>Visibility</i> (kepopuleran)	0.340	198	0.734

*Sumber: Hasil data diolah pada tahun 2023*

Berdasarkan tabel 4.8 hasil perhitungan uji hipotesis tentang beda dua rata-rata, diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 0,340 dan nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1.960. Dengan demikian nilai  $t$ -hitung  $<$  nilai  $t$ -tabel ( $0,340 < 1,960$ ) atau nilai sig  $>$  0,05 yaitu  $0,743 > 0,05$ , yang dimana  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang artinya bahwa Tidak terdapat perbedaan rata-rata yang signifikan *Visibility* antara Han So Hee dan Syahrini.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Output SPSS Uji Beda Dua Rata-Rata *Credibility* Han So Hee dan Syahrini**

	T	Df	Sig. (2-tailed)
<i>Credibility</i> (kredibilitas)	0.471	198	0.638

*Sumber: Hasil data diolah pada tahun 2023*

Berdasarkan tabel 4.8 hasil perhitungan uji hipotesis tentang beda dua rata-rata, diperoleh nilai thitung sebesar 0,471 dan nilai ttabel sebesar 1.960. Dengan demikian nilai t-hitung < nilai t-tabel ( $0,471 < 1,960$ ) atau nilai sig > 0,05 yaitu  $0,638 > 0,05$ , yang dimana  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang artinya bahwa Tidak terdapat perbedaan rata-rata yang signifikan *Credibility* antara Han So Hee dan Syahrini.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Output SPSS Uji Beda Dua Rata-Rata *Attractive* Han So Hee dan Syahrini**

	T	Df	Sig. (2-tailed)
<i>Attractive</i> (daya tarik)	1.956	198	0.052

*Sumber: Hasil data diolah pada tahun 2023*

Berdasarkan tabel 4.8 hasil perhitungan uji hipotesis tentang beda dua rata-rata, diperoleh nilai thitung sebesar 1.956 dan nilai ttabel sebesar 1.960. Dengan demikian nilai t-hitung < nilai t-tabel ( $1.956 < 1,960$ ) atau nilai sig > 0,05 yaitu  $0,052 > 0,05$ , yang dimana  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang artinya bahwa Tidak terdapat perbedaan rata-rata yang signifikan *Attractice* antara Han So Hee dan Syahrini.

**Tabel 4.11**  
**Hasil output Uji Beda Dua Rata-Rata *Power* Han So Hee dan Syahrini**

	T	Df	Sig. (2-tailed)
<i>Power</i> (kekuatan)	2.341	198	0.020

*Sumber: Hasil data diolah pada tahun 2023*

Berdasarkan tabel 4.8 hasil perhitungan uji hipotesis tentang beda dua rata-rata, diperoleh nilai thitung sebesar 2.341 dan nilai ttabel sebesar 1.960. Dengan demikian nilai t-hitung < nilai t-tabel ( $2.241 < 1,960$ ) atau nilai sig > 0,05 yaitu  $0.020 > 0,05$ , yang dimana  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat perbedaan rata-rata yang signifikan *Power* antara Han So Hee dan Syahrini.

#### 4.5 Pembahasan

Hasil uji t independen dapat dijelaskan dengan hasil penyebaran kuesioner penelitian ini. Ketika responden dihadapkan pada pernyataan-pernyataan yang terkait, para responden menyatakan:

1. Pada indikator pertama yaitu *Visibility* (kepopuleran) bahwa *Brand Ambassador* yang digunakan oleh Somethinc tidak memiliki perbedaan signifikan, kedua *Brand Ambassador* tersebut diyakini sama-sama memiliki kepopuleran yang sama besarnya. Baik brand ambassador lokal maupun Korea memiliki tingkat visibilitas yang tinggi, baik di pasar lokal maupun di tingkat internasional, memungkinkan mereka untuk mencapai audiens yang signifikan dan mencerminkan eksposur merek yang baik.
2. Pada indikator kedua yaitu *Credibility* (kredibilitas) menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan, kedua *Brand Ambassador* diyakini sama-sama memiliki kredibilitas, dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Memiliki kredibilitas yang tinggi dalam mata audiens target,

baik di tingkat lokal maupun global. Audiens mempercayai mereka sebagai wajah yang melekat pada merek.

3. Pada indikator ketiga yaitu *Attraction* (daya tarik) menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan, kedua *Brand Ambassador* diyakini oleh responden bahwa memiliki keahlian yang cukup untuk menarik minat konsumen seperti terampil dalam berkomunikasi dan memiliki kemampuan untuk menarik perhatian konsumen. Baik brand ambassador lokal maupun Korea memiliki daya tarik yang kuat bagi audiens mereka. Daya tarik mereka memotivasi audiens untuk terlibat dengan merek dan produk atau layanan yang mereka promosikan.
4. Pada indikator keempat yaitu *Power* (kekuatan) menyatakan bahwa terdapat perbedaan signifikan *Brand Ambassador* Han So Hee dan Syahrini. *Brand Ambassador* Korea ternyata memiliki *Power* (kekuatan) yang lebih besar dibanding dengan *Brand Ambassador* Korea. *Brand ambassador* lokal mungkin memiliki pengaruh yang lebih kuat dalam hal memengaruhi keputusan pembelian dan perilaku konsumen di pasar lokal, sedangkan Brand ambassador Korea bisa memiliki pengaruh yang besar terutama dalam hal menciptakan tren dan gaya di tingkat global. Selebriti Korea dapat memiliki basis penggemar global yang besar, yang bisa mencapai jutaan orang di seluruh dunia. Ini memberi mereka pengaruh yang signifikan dalam menciptakan tren dan pengaruh di berbagai pasar. Selebriti Korea sering memiliki kehadiran digital yang kuat, termasuk di media sosial. Ini memungkinkan mereka untuk berinteraksi secara langsung dengan penggemar dan menghasilkan konten yang dapat memengaruhi banyak orang.

Hasil uji-t independen menunjukkan pada indikator *Visibility*, *Credibility*, dan *Attraction* menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan Brand Ambassador antara Han So Hee dan Syahrini, artinya masih sama atau tidak jauh berbeda atau terpengaruh sama. Persamaan ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti visibilitas, kredibilitas, daya tarik, adalah hal penting

dalam pemilihan brand ambassador, dan mereka dapat menjadi kriteria yang sama, terlepas dari apakah brand ambassador tersebut lokal atau berasal dari Korea. Namun, evaluasi lebih lanjut diperlukan untuk memahami bagaimana faktor-faktor ini diterapkan dalam konteks spesifik merek dan pasar.

Sedangkan untuk indikator *Power* terdapat perbedaan yang signifikan. Perbedaan pada *Power* brand ambassador lokal dan Korea dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain:

1. Dampak budaya. Brand ambassador Korea mungkin memiliki dampak budaya yang lebih luas karena budaya Korea populer di seluruh dunia. Mereka seringkali mewakili tren mode, kecantikan, dan hiburan yang dicari oleh banyak orang. Brand ambassador lokal mungkin memiliki dampak budaya yang lebih terbatas, terutama jika popularitas budaya mereka terbatas pada wilayah tertentu.
2. Pengikut Global. Selebriti Korea, terutama yang terkait dengan K-pop, memiliki pengikut global yang kuat di media sosial dan platform digital. Mereka dapat mencapai dan memengaruhi jutaan penggemar di seluruh dunia. Brand ambassador lokal mungkin tidak memiliki basis penggemar global yang sebanding.
3. Asosiasi dengan tren global. Brand ambassador Korea seringkali diasosiasikan dengan tren global, terutama dalam industri hiburan, mode, dan kecantikan. Ini membuat mereka memiliki daya tarik yang kuat terutama di antara penggemar tren global ini. Brand ambassador lokal mungkin kurang memiliki asosiasi serupa dengan tren global.
4. Pengaruh merek pribadi. Beberapa brand ambassador Korea memiliki pengaruh yang kuat atas merek mereka sendiri dan seringkali memperoleh popularitas yang kuat sebagai individu. Mereka dapat menggabungkan popularitas pribadi mereka dengan merek yang mereka wakili.

Perbedaan ini menyebabkan brand ambassador Korea sering memiliki "power" yang lebih kuat dalam mencapai pengaruh global dan mempengaruhi tren

budaya secara luas. Namun, kekuatan brand ambassador lokal mungkin lebih terfokus pada pasar domestik atau wilayah tertentu. Kesuksesan brand ambassador, baik lokal maupun Korea, sangat tergantung pada tujuan merek, audiens target, dan konteks pemasaran.

*Brand Ambassador* memiliki peran penting dalam kesuksesan sebuah produk atau sebuah perusahaan. Mulai dari menarik perhatian konsumen dan masyarakat pada brand produk atau perusahaan yang diwakili, kemudian meningkatkan brand awareness konsumen atas brand produk yang diwakili dan mempersuasi konsumen untuk memilih dan membeli brand produk yang diwakili. *Brand Ambassador* juga idealnya harus memiliki loyalitas terhadap produk ataupun perusahaan yang diwakili dan mampu memaksimalkan pengalaman dan popularitas mereka untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.