

ABSTRACT

Globalization makes it easier for one culture to be spread around the world. One culture that right now is well known all over the world is South Korea culture or known as Korean wave. The entry of Korean wave in Indonesia has impact to the consumer in Indonesia, therefore the market players in Indonesia have to adapt with this situation. Looking at the market situation in Indonesia, Luwak White Koffie initiated to use Lee Min Ho, a well known Korean actor to be the brand ambassador of Luwak White Koffie. Therefore this research aims to see the significance impact of using Lee Min Ho as brand ambassador of Luwak White Koffie towards three different aspects of consumer behavior of Kpop fans in Yogyakarta. These three aspects are cognitive aspect, affective aspect, and conative aspect. This research was performed using SPSS 22. The results of data processing and research that have been conducted showed that there is a significance impact of using Lee Min Ho as the brand ambassador of Luwak White Koffie towards consumer behavior of Kpop fans in Yogyakarta.

Key word: *brand ambassador, consumer behavior, cognitive aspect, affective aspect, conative aspect, integrated marketing communication*

ABSTRAK

Globalisasi membuat lebih mudahnya budaya untuk tersebar ke seluruh dunia. Salah satu budaya yang saat ini terkenal karena persebarannya di seluruh dunia adalah budaya Korea Selatan atau disebut dengan *Korean wave*. Masuknya *Korean wave* di Indonesia memiliki pengaruh terhadap konsumen di Indonesia, oleh karena itu pelaku pasar di Indonesia harus beradaptasi terhadap situasi tersebut. Melihat situasi pasar tersebut, Luwak White Koffie berinisiatif menggunakan Lee Min Ho, seorang aktor terkenal yang berasal dari Korea Selatan untuk menjadi duta merek Luwak White Koffie. Oleh karena itu penelitian ini bermaksud untuk melihat pengaruh signifikansi dalam menggunakan Lee Min Ho sebagai duta merek Luwak White Koffie terhadap tiga aspek berbeda pada perilaku konsumen di kalangan penggemar Kpop di Yogyakarta. Ketiga aspek tersebut adalah aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif. Penelitian ini menggunakan SPSS 22. Hasil analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap penggunaan Lee Min Ho sebagai duta merek Luwak White Koffie di kalangan penggemar Kpop di Yogyakarta.

Kata kunci: duta merek, perilaku konsumen, aspek kognitif, aspek afektif, aspek konatif, komunikasi pemasaran terpadu



Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Lee Min Ho dalam Iklan Luwak White Koffie terhadap Perilaku

Konsumen di Kalangan Penggemar Kpop Yogyakarta

SARAH AYU AULIA R, Muhamad Sulhan, Dr., S.I.P., M.Si

Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>