
Abstract

Competition for a good image is getting tougher. There are many ways that companies can take to get a positive image from the public. One of the ways used to get a positive image from the public is to use a Brand Ambassador. Researchers used a quantitative approach to determine the relationship between the two variables. The method used in this study is a survey method with a questionnaire instrument. The type of research in this research is quantitative descriptive correlation. The population in this study were students of SMA Nusantara 1 Tangerang who knew about K-Pop and had done online shopping, especially on the Lazada application. Data was obtained by distributing questionnaires in the form of google form to respondents who were students of SMA Nusantara 1 Tangerang with 553 populations and 85 sample. The theory used in this research is Stimulus, Organism, Response. From the results of the analysis that has been done, it can be seen that the credibility of Brand Ambassador Lee Min Ho (X) has an effect of 52.2% on Lazada's image (Y) and the rest is influenced by other factors outside the credibility of the Brand Ambassador. In this study, the data analysis techniques used were descriptive analysis, correlation coefficient, coefficient of determination, and t-test.

Key Words : *Credibility, Brand Ambassador Credibility, Brand Ambassador, Image, Lazada*

Abstrak

Persaingan untuk mendapatkan citra yang baik semakin ketat. Banyak cara yang dapat ditempuh oleh perusahaan untuk mendapatkan citra positif dari masyarakat. Salah satu cara yang digunakan untuk mendapatkan citra positif dari masyarakat adalah menggunakan *Brand Ambassador*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Kredibilitas *Brand Ambassador* Lee Min Ho Dengan Citra Lazada. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey dengan instrumen kuesioner. Jenis penelitian pada penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif korelasional. Populasi pada penelitian ini adalah siswa/i SMA Nusantara 1 Tangerang yang mengetahui tentang K-Pop dan pernah melakukan belanja online khususnya pada aplikasi Lazada. Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner berupa google form kepada responden yang merupakan siswa/i SMA Nusantara 1 Tangerang dengan populasi 553 orang dengan sampel 85 orang. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Stimulus, Organism, Response. Dari hasil analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kredibilitas *Brand Ambassador* Lee Min Ho (X) berpengaruh sebesar 52,2% terhadap citra Lazada (Y) dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar kredibilitas *Brand Ambassador*. Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji-t.

Kata Kunci: Kredibilitas, Kredibilitas *Brand Ambassador*, *Brand Ambassador*, Citra, Lazada.