

Pengaruh celebrity endorser pada iklan dua kelinci dalam membangun citra merek (studi pada iklan versi xabi alonso) = The influence of celebrity endorser on dua kelinci advertising toward building brand (image study on advertising version of xabi alonso)

Muhammad Adam Ghafarry Eka Putra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20345681&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pengaruh celebrity endorser terhadap citra merek Kacang Dua Kelinci. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 Mahasiswa FISIP UI Program S1 Jurusan Ilmu Administrasi yang menggemari sepakbola angkatan 2009 - 2011 dengan menggunakan metode non-probability sampling serta teknik purposive. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan linear regression. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa celebrity endorser memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap citra merek. Celebrity endorser memiliki hubungan terhadap citra merek sebesar 78,3% dan sisanya sebesar 21,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

.....The objective of this research is to analyze how the effect of celebrity endorser toward brand image of Dua Kelinci. This research applied quantitative approach. The sample of this research is 100 student college of FISIP UI, collected using non- probability sampling and purposive technique. This research used questionnaire as research instrument and analyzed with linear regression. The result of this research indicate that celebrity endorser effect brand image equal to 78,3% and the residue equal to 21,7% effected by some other factor.