

Pengaruh celebrity endorser credibility pada iklan terhadap brand attitude (studi pada iklan Kartuhalo Fit Hybrid yang diperankan oleh Joe Taslim) = The influence of celebrity endorser credbility on advertising towards brand attitude (study on Kartuhalo Fit Hybrid advertising that played by Joe Taslim)

Salma Fuad, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20412901&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Kredibilitas seorang celebrity endorser dapat membawa pengaruh terhadap pembentukan brand attitude konsumen, oleh karena itu penggunaan celebrity endorser yang berkredibilitas pada periklanan televisi telah menjadi salah satu strategi pemasaran yang populer di kalangan industry telekomunikasi tanah air, khususnya bagi penyedia layanan operator seluler. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh celebrity endorser credibility pada iklan terhadap brand attitude dengan studi pada iklan kartuHalo Fit Hybrid yang diperankan oleh Joe Taslim . Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 mahasiswa FISIP UI yang dianalisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa celebrity endorser credibility memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap brand attitude.

<hr>

The credibility of a celebrity endorser can influence the formation of consumer`s brand attitude, therefore, the use of credible celebrity endorser on television advertising has become one of marketing strategies that is popular among Indonesia telecommunications industry, especially for mobile operator providers. This research aims to analyze the effect of celebrity endorser credibility on brand attitude with the study on ad KartuHalo Fit Hybrid. This research used quantitative approach by distributing questionnaires to 100 students of FISIP UI and analyzed using simple linear regression, The result showed that the celebrity endorser credibility has a significant positive influence on brand attitude.