

The effect of celebrity's credibility on intention to donate in non profit organization = Pengaruh kredibilitas selebriti pada intensi donasi di organisasi nirlaba

Dyah Ayu Djayanti Rachmawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20444021&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Baru-baru ini, praktik endorsement oleh selebriti banyak diadopsi oleh organisasi nirlaba untuk meningkatkan kesadaran sosial dan donasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efek kredibilitas selebriti terhadap intensi orang untuk berdonasi pada organisasi nirlaba dan melengkapi studi-studi sebelumnya. Untuk mengukur kredibilitas, lima sifat selebriti, yaitu kepercayaan, keahlian, daya tarik, keselarasan, dan dinamisme selebriti, akan dinilai dengan menciptakan iklan video fiktif dengan masing-masing karakteristik dimanipulasi di dalamnya. Kredibilitas selebriti diperkirakan akan mempengaruhi intensi seseorang untuk berdonasi di organisasi nirlaba secara positif.

<hr>

ABSTRACT

Celebrity endorsement is recently being adopted by non profit organizations to increase awareness and donations. The aim of this study is to investigate what effects credibility has on people's intention to donate on the organization. To measure credibility, trustworthiness, expertise, attractiveness, congruence, and dynamism of the celebrity will be assessed by creating a fictive video advertisement with each characteristic manipulated within it. It is expected that celebrity's credibility will positively influence the intention to donate for non profit organizations.