

Pengaruh Celebrity Endorser : Deddy Corbuzier terhadap Perceived Brand Personality jasa ekspedisi J&T Express di Kota Depok = THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSER DEDDY CORBUZIER ON PERCEIVED BRAND PERSONALITY OF AN EXPEDITION SERVICE BRAND J&T EXPRESS KN DEPOK CITY

Nabila Faranida Mulyana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535786&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh celebrity endorser terhadap perceived brand personality. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan survei menggunakan instrumen kuesioner yang disebarakan kepada 100 orang responden yang merupakan pelanggan J&T Express di wilayah Kota Depok. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan seluruh dimensi yang terdapat pada variabel Celebrity Endorser yaitu Trustworthiness, Expertise, Attractiveness, Respect dan Match of Image and Values berpengaruh terhadap perceived brand personality yang pada penelitian ini diukur dengan menggunakan lima dimensi yaitu dimensi sincerity, excitement, competence, sophistication dan ruggedness. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan J&T Express dengan menggunakan celebrity endorser pada iklan nya berpengaruh terhadap perceived brand personality J&T Express khususnya pada pelanggan J&T Express di wilayah penelitian yaitu di Kota Depok.

.....The purpose of this research is to analyse the effect of celebrtiy endorser to perceived brand personality. This study uses a quantitative approach by conducting a survey using questionnaire instruments distributed to 100 respondents which are J&T Express customer in Depok City area. Simple regression analysis method is used in this research. The results of this study show all dimensions contained in the variable of Celebrity Endorser ; Trustworthiness, Expertise, Attractiveness, Respect and Match of Image and Values ââaffect the perceived brand personality which in this study was measured using five dimensions of sincerity, excitement, competence, sophistication and ruggedness. This result shows that marketing communication strategy conducted by J&T Express by using celebrity endorser on its advertisement have an effect to J&T Express perceived brand personality in Depok City area.