

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

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/opac/themes/green/detail.jsp?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.