

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP *BRAND IMAGE*
PRODUK WARDAH
(*Studi Pada Pengguna Wardah Di Jombang*)

ABSTRAK

Oleh :

Meylani Dwi Wulandari

Dosen Pembimbing :

Dr. Indra Kurniawan. S.Sos., MM

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *celebrity endorser* terhadap *brand image* produk wardah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif melalui jenis penelitian verifikasi, pendekatan kuantitatif dan metode *explanatory* dengan menggunakan skala pengukuran Likert, metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, kuisisioner serta dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan metode *regresi linier* sederhana dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS 20. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image* Produk Wardah. Maka penggunaan *Celebrity* akan memudahkan konsumen dalam menilai apakah produk yang mereka inginkan sesuai dengan keinginan mereka.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser, Brand Image*