

ABSTRAK

**Fakultas Ekonomi
Program Studi S-1 Manajemen
2018**

Muhammad Maulvi Adzanni
120.2013.088

Pengaruh Celebrity Endorser (Desta Mahendra dan Vincent Ryan Rompies) Dalam Iklan Kopi ToraBika Cappuccino ala Cafe Terhadap Brand Image

99 + Halaman, 25 Tabel, 5 Gambar, 15 Lampiran

Uraian Abstrak

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data dilakukan dengan teknik angket melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dengan melakukan pengujian hipotesis baik secara parsial maupun secara simultan. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi angkatan 2013 sampai 2016 yang berjumlah 1500 mahasiswa. Analisis data dengan melakukan pengujian hipotesis baik secara parsial maupun secara simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *visibility* memiliki pengaruh terhadap *brand image*. (2) *attractive* memiliki pengaruh signifikan terhadap brand image. (3) *credibility* memiliki pengaruh terhadap brand image. (4) *power* memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand image*. (5) secara simultan seluruh variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap brand image.

Tinjauan Islam tentang *visibility, attractive, credibility, power celebrity endorser* desta mahendra dan Vincent ryan rompies sudah memenuhi aspek sesuai syariat Islam dengan tidak mengiklankan kebohongan dan artis yang tidak mengumbar aurat. Sehingga tidak memberikan pengaruh buruk terhadap penonton.

Kata Kunci : *Brand Image, Visibility, Attractive, Credibility, Power*