

Pengaruh penggunaan celebrity endorser terhadap brand image (Studi pada iklan Buavita "be frutarian" versi keluarga frutarian: Darius Sinathrya dan Donna Agnesia) = The effect of celebrity endorser usage on brand image (Study of Buavita's advertising "be frutarian" frutarian family version Darius Sinathrya and Donna Agnesia)

Nurdiana Putri Sari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20367550&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Buavita merupakan merek minuman sari buah dalam kemasan yang sedang mencoba membentuk citra mereknya sebagai minuman sari buah sehat yang ikut serta mengajak konsumennya untuk hidup sehat dengan menjadi seorang frutarian. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, Unilever menggunakan strategi periklanan dengan menggunakan celebrity endorser pasangan Darius Sinathrya dan Donna Agnesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan pasangan selebriti Darius dan Donna sebagai celebrity endorser terhadap brand image Buavita serta melihat dimensi celebrity endorser manakah yang paling berpengaruh terhadap citra merek Buavita.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengambilan sample purposive. Pada penelitian ini sample yang diambil sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa penggunaan celebrity endorser pasangan Darius dan Donna memiliki pengaruh terhadap brand image Buavita dan dimensi celebrity endorser yang memiliki pengaruh terbesar pada brand image Buavita adalah dimensi celebrity multiplicity.

*Buavita is one of brands that tries to make its brand image as a healthy juice which invites its consumers to live healthily by being frutarian. To achieve the goal, Unilever implemented advertising strategy by using celebrity couples, Darius Sinathrya and Donna Agnesia. This research was intended to observe the effect of using celebrity couples Darius and Donna as celebrity endorser on Buavita's brand image and to observe which dimension of celebrity endorser had the greatest impact on Buavita's brand image.*

*This research applied quantitative approach and purposive sampling technique with 100 respondents were asked for filling up the questionnaires. This research proved that using Darius Sinathrya and Donna Agnesia as celebrity endorsers had impact on Buavita's brand image and the most influencing dimension of celebrity endorser on Buavita's brand image was celebrity multiplicity.*