



Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

25%

SIMILARITY INDEX

Submission author: Farras Faishal Wirawaskita
Assignment title: JURNAL
Submission title: PENGARUH PENGGUNAAN CELEBRITY ENDORSER CRISTIANO...
File name: Jurnal_Farras_2023_mulai_hal_genap.doc
File size: 132K
Page count: 11
Word count: 3,398
Character count: 22,495
Submission date: 02-May-2023 09:46AM (UTC+0700)
Submission ID: 2081604253



Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Phil. I Ketut Gunawan, M.A.
NIP.19631222 199002 1 001

eJournal Ilmu Komunikasi, 2023, 11 (2): 146-156
ISSN: 2502-597X (online), ISSN 2502-5961 (print), <https://ejournal.ikom.fkip-unmul.ac.id/site/>
© Copyright 2023

**PENGARUH PENGGUNAAN CELEBRITY ENDORSER
CRISTIANO RONALDO DALAM IKLAN SAMPO CLEAR
MEN TERHADAP BRAND IMAGE PRODUK
(Studi pada Mahasiswa Strata 1 di Universitas Mulawarman,
Samarinda, Kalimantan Timur)**

Farras Faishal Wirawaskita¹ Silviana Purwanti² Annisa Wahyuni
Arsyad³

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh penggunaan celebrity endorser Cristiano Ronaldo dalam iklan sampo Clear men terhadap brand image produk Clear Men dan untuk menguji tingkat koefisien determinasi penggunaan celebrity endorser terhadap brand image sampo Clear Men. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif melalui teknik studi dan dilakukan dengan metodologi ilustratif dengan skala likert. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sampling purposive yang merupakan bagian dari non-probability sampling, dengan responden sebanyak 100 yang di dapat menggunakan rumus slovin tingkat kesalahan 10% dari jumlah mahasiswa Universitas Mulawarman sebanyak 24.765. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil jawaban responden pada keseluruhan dari variabel celebrity endorser Cristiano Ronaldo (X) didapatkan presentase dengan hasil 66,37% yang tergolong pada kategori tinggi dan variabel celebrity endorser bias dikatakan positif. Sedangkan hasil dari keseluruhan indikator variabel Y data yang dikumpulkan dari responden mendapatkan nilai 68,4%. Hasil uji t didapat hasil celebrity endorser berpengaruh terhadap brand image dan dapat dibuktikan dengan thitung (11,093) > ttabel (1,985). Berdasarkan koefisien determinasi didapat celebrity endorser Cristiano Ronaldo berpengaruh sebesar 55,7% terhadap brand image Clear Men.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Iklan, Celebrity Endorser, Brand Image

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: farrasfaishal24@gmail.com

²Dosen Staf Pengajar dan Dosen Pembimbing I, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

³Dosen Staf Pengajar dan Dosen Pembimbing II, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman