

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *CELEBRITY ENDORSER* NACIFIC

Hana Rizka Efrilia

Abstrak

Nacific mengumumkan Chanyeol EXO sebagai *celebrity endorser* terbaru. Penggunaan *celebrity endorser* dimaksud untuk memberikan dorongan kepada pesan iklan agar lebih mudah diterima konsumen dan mempermudah tumbuhnya keyakinan konsumen atas produk yang diiklankan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap Nacific *celebrity endorser* Nacific. Variabel yang diterlit dalam penelitian ini adalah *celebrity endorser* dengan indikator *visibility*, *credibility*, *attraction*, dan *power*. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang disebarluaskan kepada 79 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Hasil analisis rata-rata TCR kelima indikator dalam kategori sangat baik.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*

23/6/21
J

CONSUMER PERCEPTION ANALYSIS OF THE NACIFIC CELEBRITY ENDORSER

Hana Rizka Efrilia

Abstract

Nacific announced EXO's Chanyeol as the newest celebrity endorser. The use of celebrity endorsers is intended to provide encouragement to advertising messages to be more easily accepted by consumers and facilitate the growth of consumer confidence in the advertised product. This study aims to determine consumer perceptions of Nacific celebrity endorser. The variables studied in this study are celebrity endorsers with indicators of visibility, credibility, attraction, and power. This research method uses quantitative descriptive. Collecting data in this study using a questionnaire distributed to 79 respondents. The sampling technique in this study is purposive sampling. The results of the analysis of the average TCR of the five indicators are in the very good category.

Keywords: *Celebrity Endorser*