



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* CRISTIANO RONALDO PADA  
IKLAN TELEVISI PRODUK SHAMPO CLEAR MEN TERHADAP *BRAND  
AWARENESS***

( Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Seminai Kecamatan Kerinci Kanan)

OLEH:

**HERU FAUZI**

**NIM: 11371103556**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Celebrity Endorser* Cristiano Ronaldo memiliki pengaruh terhadap *Brand Awareness* produk shampo clear men pada masyarakat Desa Seminai Kecamatan Kerinci Kanan.

Penelitian ini menggunakan kuisisioner dengan jumlah responden adalah 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling*, dengan menggunakan *purpose sampling* yaitu penarikan sampel dengan pertimbangan tertentu dan karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Uji yang digunakan untuk menguji instrument penelitian adalah beberapa uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji linier regresi sederhana dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa variabel *celebrity endorser* berpengaruh terhadap *Brand Awareness* dengan hitung untuk *celebrity endorser* adalah sebesar 12,702 dan nilai t tabel sebesar 3,920 dimana t hitung > t tabel, sehingga menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* Cristiano Ronaldo berpengaruh positif terhadap *Brand Awareness*. Sedangkan nilai koefisien determinan atau nilai R square menjelaskan bahwa variabel *celebrity endorser* mampu menjelaskan variabel *brand awareness* sebesar 62,2%. Selebihnya sebesar 37,8% perubahan nilai dependen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Celebrity Endorser, Brand Awareness.*

UIN SUSKA RIAU