

**PENGARUH DAYA TARIK *ENDORSER* (VIA VALLEN) DALAM
IKLAN TELEVISI TERHADAP *BRAND IMAGE* PRODUK
LUWAK WHITE COFFE**

(Studi pada Masyarakat di Kabupaten Sleman)

Roice Roben Alfian

Program Studi Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Dan Multimedia

Universitas Mercu Buana, Yogyakarta

Email: roice_robent@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik *endorser* (Via Vallen) dalam iklan televisi terhadap *brand image* produk Luwak White Coffe pada masyarakat Kabupaten Sleman. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan sampel penelitian yaitu 100 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria adalah masyarakat di Kabupaten Sleman yang setidaknya pernah melihat iklan produk Luwak White Coffe yang di bintang oleh Via Vallen di televisi minimal sebanyak dua kali. Data penelitian diperoleh dengan menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Adapun teknik analisis data adalah Regresi Linier Sederhana dengan bantuan program SPSS 21. Kesimpulan dalam penelitian ini menemukan bahwa daya tarik *endorser* Via Vallen dalam iklan produk White Coffe dinilai sudah baik oleh konsumen, sehingga mampu meningkatkan citra produk tersebut dan dampaknya tumbuhnya keinginan konsumen untuk melakukan pembelian pada produk tersebut. Selanjutnya pada penelitian ini terbukti daya tarik *endorser* (Via Vallen) dalam iklan televisi berpengaruh signifikan terhadap *brand image* produk Luwak White Coffe pada masyarakat Kabupaten Sleman. Pengaruh yang diberikan adalah positif yang berarti semakin baiknya daya tarik *endorser* akan menyebabkan tingginya *brand image* pada produk tersebut.

Kata Kunci: Daya Tarik *Endorser*, *Brand Image*, Via Vallen.

**THE EFFECT OF ENDORSER ATTRACTION (VIA VALLEN) IN TELEVISION
ADVERTISING ON BRAND IMAGE OF LUWAK
WHITE COFFE PRODUCTS**
(*Studies on Society in Sleman Regency*)

Roice Roben Alfian

*Communication Studies Program, Faculty of Communication and Multimedia
Mercu Buana University, Yogyakarta
Email: roice_robent@gmail.com*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of endorser attractiveness (Via Vallen) in television advertisements on the brand image of Luwak White Coffee products in the people of Sleman Regency. The method used is quantitative with a research sample of 100 respondents. The sampling technique was carried out using purposive sampling with the criteria being the people in Sleman Regency who had at least seen an advertisement for the Luwak White Coffee product starring Via Vallen on television at least twice. The research data were obtained using a questionnaire with a Likert scale. The data analysis technique is Simple Linear Regression with the help of the SPSS 21 program. The conclusion in this study finds that the attractiveness of Via Vallen's endorser in the advertisement of White Coffe products is considered good by consumers, so that it can improve the product's image and the impact on the growth of consumer desire to make purchases on these products. Furthermore, in this study it is proven that the endorser attraction (Via Vallen) in television advertisements has a significant effect on the brand image of Luwak White Coffee products in the people of Sleman Regency. The effect given is positive, which means that the better the attractiveness of the endorser will lead to a high brand image for the product..

Keywords: *Endorser Attraction, Brand Image, Via Vallen*