

Pengaruh Kreatifitas Iklan Melalui Penggunaan Endorser (JKT48) Pocari Sweat untuk Aplikasi Smartphone Terhadap Minat Beli Komunitas (Penggemar JKT48)

Muhammad David Hendra

ABSTRAK

Strategi perusahaan dalam promosi untuk memasarkan produknya sangat beragam, salah satunya dengan iklan. Untuk mencapai keefektifan dalam sebuah iklan maka akan diperlukan sebuah iklan yang kreatif dan menarik bagi target market. Kreatif iklan dalam sebuah promosi terbagi dari bermacam-macam iklan, penelitian ini akan melihat seberapa besar pengaruh kreativitas iklan melalui penggunaan endorser. Endorsement diartikan sebagai media untuk mengkomunikasikan sebuah merek yang dimana selebritis berperan untuk mempromosikan produk tersebut dengan memanfaatkan potensi yang ada pada diri selebriti yaitu dari kepribadian, popularitas serta citra yang melekat pada diri mereka ataupun seseorang yang ahli dalam produk yang ingin di promosikan. Faktor dari endorser yang meliputi kredibilitas endorser, keselarasan endorser dengan produk, kejelasan makna dalam iklan, juga multiple brand terhadap minat beli. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan paradigma positivis. Dalam penelitian ini, Pocari Sweat menggunakan selebriti Endorser yaitu Jessica Veranda dan Nabilah dalam mempromosikan produknya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan Endorser terhadap minat beli komunitas (penggemar JKT48). Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 96 orang responden yang merupakan komunitas atau penggemar JKT48. Pengolahan data menggunakan analisis regresi dengan SPSS 16.0. Dari Hasil penelitian menunjukan bahwa terdapat pengaruh positif variabel kreatifitas iklan melalui penggunaan endorser (kredibilitas, keselarasan, kejelasan dan multiple brand) yang dimiliki oleh endorser terhadap minat beli komunitas (penggemar JKT48).

Kata Kunci: Kredibilitas, keselarasan, kejelasan, multiple brand Endorser, Minat beli.

Influence of Advertising Creativity Through The Use Endorser (JKT48) Pocari Sweat for Smartphone Applications Of Interest Buy Community (JKT48 Fans)

Muhammad David Hendra

ABSTRACT

The company's strategy in the promotion of marketing their products are very diverse, one of them is advertising. To achieve effectiveness in an advertisement it would take an ad creative and attractive to the target market. Creative ads in a divided promotion of various advertising, this study will look at how much influence advertising creativity through the use endorser. Endorsement is defined as a medium for communicating a brand where celebrities play a role to promote these products by utilizing the potential that exists in the celebrity themselves, namely of personality, popularity and image attached to them or someone who is an expert in the product that you want to promote. Factors of endorsers that includes endorser credibility, alignment with a product endorser, clarity of meaning in advertising, as well as multiple brands of the buying interest. This research is a descriptive study using the quantitative positivist paradigm. In this study, Pocari Sweat using celebrity endorser named Jessica Veranda and Nabilah in promoting its products. The purpose of this study was to determine the effect of the use of Endorser for buying interest communities (JKT48 Fans). Collecting data using questionnaires distributed to 96 respondents who are community or fans JKT48. Processing data using regression analysis with SPSS 16.0. The results of addressing that there is a positive effect of advertising creativity variables through the use endorser (credibility, harmony, clarity and multiple brand) owned by the endorser to the buying interest communities (JKT48 Fans).

Keywords: Credibility, harmony, clarity, multiple brand endorser, buying interest.