

## ABSTRAK

**Dwi Annisa Rahmi Darmansyah 2012/1208973: Pengaruh *Visibility*, *Credibility*, *Attraction* dan *Power Celebrity Endorser* Terhadap *Brand Image* Produk *Smartphone* OPPO di Kota Padang.**

**Pembimbing I : Erni Masdupi, SE, M.Si, Ph.D**

**Pembimbing II : Yunita Engriani, SE, MM**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Visibility*, *Credibility*, *Attraction* dan *Power Celebrity Endorser* Terhadap *Brand Image* Produk *Smartphone* OPPO di Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Padang yang pernah melihat iklan *smartphone* Oppo yang dibintangi Raisa. Sampel diambil dengan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan rumus *Cochran*. Jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan uji hipotesis dengan t-test.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Visibility Celebrity Endorser* terhadap *Brand Image* Produk *Smartphone* Oppo di Kota Padang memiliki nilai pengaruh sebesar 5.74%, *Credibility Celebrity Endorser* terhadap *Brand Image* Produk *Smartphone* Oppo di Kota Padang memiliki nilai pengaruh sebesar 9.06%, sedangkan *Attraction Celebrity Endorser* terhadap *Brand Image* Produk *Smartphone* Oppo di Kota Padang memiliki nilai pengaruh sebesar 10,3%,, dan *Power Celebrity Endorser* terhadap *Brand Image* Produk *Smartphone* Oppo di Kota Padang memiliki nilai pengaruh sebesar 5.74%. Melalui hasil pengujian tersebut diketahui bahwa variabel *Visibility*, *Credibility*, *Attraction* dan *Power* berpengaruh terhadap *Brand Image*. Produk *Smartphone* OPPO di Kota Padang.

**Kata kunci:** *Visibility*, *Credibility*, *Attraction*, *Power* dan *Brand Image*