

ABSTRAK

Tio Wulandari (2017/1307086) : Pengaruh Daya Tarik dan *Celebrity Endorse* Terhadap *Brand Awareness* dan Dampaknya Terhadap *Brand Attitude* Minuman Dalam Kemasan Teh Ichtan Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang

Pembimbing : 1. Prof. Dr. Yasri, M.S
2. Arief Maulana, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik dan *celebrity endorse* terhadap *brand awareness* dan dampaknya terhadap *brand attitude* minuman dalam kemasan Teh Ichtan Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel adalah *Purposive Sampling* didapat sampel sebanyak 100 orang mahasiswa Universitas Negeri Padang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur. Pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan SPSS versi 20.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) daya tarik iklan berpengaruh positif signifikan terhadap *brand awareness*, (2) *celebrity endorse* berpengaruh positif signifikan terhadap *brand awareness*, (3) *brand awareness* berpengaruh positif signifikan terhadap *brand attitude*.

Kata Kunci: Daya Tarik Iklan, *Celebrity Endorse*, *Brand Awareness*, *Brand Attitude*