

ABSTRAK

Erick Agustin Darman (2014/14059087): Pengaruh Daya Tarik Iklan dan *Celebrity Endorse* Terhadap *Brand Awareness* dan Dampaknya Terhadap *Brand Attitude Wafer Coating Coklat Beng-Beng* pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Padang.

**Pembimbing : 1. Dr. Susi Evanita, MS
2. Yunita Engriani, SE, MM**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Daya Tarik Iklan dan *Celebrity Endorse* terhadap *Brand Awareness* dan dampaknya terhadap *Brand Attitude wafer coating coklat beng-beng* Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Padang. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel adalah *Purposive Sampling* didapat sampel sebanyak 100 orang mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Padang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur. Pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu menggunakan SPSS versi 16.0.

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*, dan (3) *Brand Awareness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Brand Attitude*.

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