

ABSTRAK

Yuli Rahma Hayati, 2014/14053024: Pengaruh *Endorser* dan *Brand Image* terhadap Sikap atas Merek Shampo Clear Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP

Pembimbing : 1. Dra. Armida S, M.Si

2. Rose Rahmidani S.Pd, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan seberapa besar pengaruh *endorser* dan *brand image* terhadap sikap atas merek shampo Clear pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Teknik pengambilan sampel ini dilakukan berdasarkan metode *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur dengan menggunakan program SPSS versi 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Endorser* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image*, 2) *Endorser* tidak berpengaruh signifikan terhadap Sikap atas Merek, 3) *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap sikap atas merek.

Kata Kunci: *Endorser*, *Brand Image*, dan Sikap atas Merek