

ABSTRAK

Khofifah Nur (16053061/2016) : Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Iklan Vidio terhadap *Brand Image* Produk Pembersih Wajah Garnier pada Mahasiswi Universitas Negeri Padang

Pembimbing : Rose Rahmidani, S.Pd, M.M

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* dan iklan vidio terhadap *brand image* produk pembersih wajah Garnier *Light Complet Super Foam*. Jenis penelitian ini adalah kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Negeri Padang. Jumlah sampel penelitian ditentukan berdasarkan rumus Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. Sebanyak 100 orang dan dipilih dengan menggunakan metode *proportional sampling* dan teknik *Purposive Sampling*. Data yang digunakan adalah jenis data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswi Universitas Negeri Padang dengan kriteria yang sudah ditetapkan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Celebrity Endorser* dan iklan vidio berpengaruh signifikan terhadap *brand image*, (2) *celebrity endorser* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand image*, (3) iklan vidio berpengaruh signifikan terhadap *brand Image*.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, Iklan Vidio, *Brand Image*