

ANALISIS PROSES PENENTUAN *CELEBRITY ENDORSER* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND IMAGE* “VANECA CAFE”

Nama : Cici Amelia Melika
NIM : 1011710023
Pembimbing : Mirza Dwinanda Ilmawan S.E, M.M.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menyimpulkan bagaimana proses penentuan dari penerapan *Celebrity Endorsement* dalam meningkatkan *brand image* pada Vaneca Cafe Kediri. Pendekatan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Pengumpulan data menggunakan teknik interview, dokumentasi dan observasi. Data tersebut kemudian dianalisis melalui serangkaian reduksi data dan validasi data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode kemudian ditarik kesimpulan. Penelitian ini diangkat dari fenomena tren marketing dengan menggunakan jasa selebriti sebagai *public figure*. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Vaneca Cafe sebagai salah satu unit bisnis menggunakan jasa *celebrity endorsement* lokal dengan mempertimbangkan *Trustworthiness*, *Expertise & Attractiveness* yang punya peranan dalam peningkatan penjualan dengan berbagai keunggulan dan kelemahan yang sudah direncanakan melalui serangkaian proses. Proses selebriti endorsement berkelanjutan terdiri dari empat tahapan yang dilakukan oleh tim *marketing* Vaneca café meliputi POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*).

Kata Kunci : Celebrity Endorsement, Proses, Brand Image, Vaneca Cafe

ANALYSIS OF THE CELEBRITY ENDORSER DETERMINATION PROCESS TO INCREASE THE “VANECA CAFE” BRAND IMAGE

Name : Cici Amelia Melika
Student Identity Number : 1011710023
Superviror : Mirza Dwinanda Ilmawan S.E, M.M.

ABSTRACT

This study aims to determine and conclude how is the process of determining the implementation of Celebrity Endorsements in improving the brand image of Vaneca Cafe Kediri. The approach in this research is descriptive qualitative. Collecting data using interview, documentation and observation techniques. The data is then analyzed through a series of data reduction and data validation using source triangulation and method triangulation and conclusions are drawn. This research is based on the phenomenon of marketing trends using the services of celebrities as public figures. The results of this study reveal that vaneca cafe as a business unit uses local celebrity endorsement services by considering Trustworthiness, Expertise & Attractiveness which have an effect on increasing sales with various advantages and disadvantages that have been planned through a series of processes. The ongoing celebrity endorsement process consists of four stages carried out by the Vaneca café marketing team including POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling).

Keywords: *Celebrity Endorsement, Process, Brand Image, Vaneca Cafe*