

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah endorser Tasya Farasya terhadap brand image produk Safi, serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh endorser Tasya Farasya terhadap brand image produk Safi. Faktor-faktor yang di uji dalam penelitian ini adalah endorser Tasya Farasya sebagai variabel independen, sedangkan brand image produk safi sebagai variabel dependen. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pengguna youtube yang merupakan subscriber dari youtube Tasya Farasya dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik non probability sampling berbasis purposive sampling, sementara untuk menghitung jumlah sampel menggunakan rumus Slovin sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 subscriber. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana pada taraf signifikan sebesar 10% yang diolah menggunakan Statistical Package for Social Sciences (SPSS) versi 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa endorser Tasya Farasya berpengaruh terhadap brand image produk Safi. Besarnya endorser Tasya Farasya berpengaruh terhadap brand image produk Safi sebesar 52,1%.

Kata Kunci: Endorser Tasya Farasya dan Brand Image Produk Safi.