

## ABSTRAK

Dalam era teknologi informasi, perkembangan industri telekomunikasi di Indonesia memicu persaingan antar perusahaan operator seluler semakin tinggi. Oleh karena itu, perusahaan melakukan aktivitas komunikasi pemasaran, mengacu pada teori, aktivitas yang disukai oleh perusahaan adalah *advertising*. Salah satu strategi beriklan yang dilakukan perusahaan yakni memberikan *celebrity endorse* pada iklannya. Seperti yang diterapkan oleh XL dalam menerapkan *celebrity endorse* untuk memasarkan produknya dengan menggunakan Noah sebagai *endorser* produk XL Bebas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* Noah, berdasarkan faktor *attractiveness*, *similarity*, *likeability*, *trustworthiness*, dan *expertise*, terhadap *brand awareness* XL di Kota Bandung Tahun 2013.

Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner dan studi pustaka. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji F (simultan) untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh seluruh variabel bebas secara bersama-sama dan uji t (parsial) untuk mengetahui bagaimana pengaruh masing-masing variabel secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pengaruh *celebrity endorser* Noah yang didasari oleh *attractiveness*, *similarity*, *likeability*, *trustworthiness*, dan *expertise*, secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness* XL di Kota Bandung Tahun 2013, dengan total kontribusi sebesar 7,02%, sedangkan sisanya sebesar 92,98% merupakan kontribusi faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini. Secara parsial, hanya *expertise* yang berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness* XL di Kota Bandung Tahun 2013. Peneliti menyarankan agar perusahaan menggiatkan kegiatan promosi yang memungkinkan terjadinya interaksi antara *endorser* dengan masyarakat untuk dapat meningkatkan kepercayaan (*trustworthiness*) dan daya tarik (*likeability*) konsumen terhadap produknya.

Kata kunci: *Advertising*, *Celebrity Endorser*, *Brand Awareness*, Regresi Linier Berganda.