

## ABSTRAK

Sebuah perusahaan biasanya mengeluarkan biaya yang tidak sedikit untuk membuat seorang selebritis mau membintangi iklan mereka. Seperti yang telah dilakukan Greenlight *Clothing* yang melakukan strategi *celebrity endorsement* dengan menggunakan Ariel Noah sebagai *endorser*-nya yang diharapkan mempunyai dampak yang positif bagi Greenlight *Clothing*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui respon konsumen terhadap Ariel Noah sebagai *celebrity endorser* Greenlight *Clothing*, mengetahui citra merek Greenlight *Clothing*, mengetahui pengaruh Ariel Noah sebagai *celebrity endorser* Greenlight *Clothing* terhadap citra merek.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data yang didapatkan melalui kuesioner dan menggunakan responden sebanyak 100 orang. Kemudian data yang didapat diolah dengan menggunakan analisis deskriptif, metode regresi linear sederhana, koefisien determinasi, uji signifikasni (Uji-T).

Dari perhitungan koefisien determinasi didapatkan hasil bahwa *R square* bernilai 0,456 yang berarti *celebrity endorser* mempengaruhi citra merek sebesar 45,6% sedangkan sisanya sebesar 54,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan pada hasil uji (uji-T) didapatkan hasil *t* hitung 9,070 yang lebih besar dari *t* tabel 1,66 yang berarti *celebrity endorser* berpengaruh secara signifikan terhadap citra merek.

**Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, Citra Merek, Greenlight.**