

ABSTRAK

Perkembangan industri periklanan di era globalisasi sangat beragam, dimana perusahaan mulai mengajak influencer untuk berkolaborasi guna membangun citra merek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar Pengaruh Iklan Suplemen Rambut (Versi Keanu AGL) terhadap Citra Merek Pantene. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling dengan teknik simple random sampling. Melalui perhitungan ukuran sampel dengan rumus Bernoulli, diperoleh sejumlah 385 responden. Data empiris dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner berbasis Google Form dan data dianalisis melalui pendekatan regresi linier sederhana. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi X atau variabel 0,589 artinya setiap kenaikan sebesar 1 satuan dapat mempengaruhi citra merek Pantene. Berdasarkan hasil koefisien determinasi variasi, hasil ini juga menunjukkan bahwa 53,3% variasi variabel citra merek dapat dijelaskan oleh variabel periklanan. Sedangkan sisanya sebesar 46,7% (100% - 53,3%) dapat dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Studi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi literatur pemasaran dan secara praktis bagi pihak manajemen Pantene untuk berupaya dalam meningkatkan citra merek melalui strategi periklanan.

Kata Kunci: Advertising, Brand Image, Pantene