

ABSTRAK

Head & Shoulders merupakan spesialis *shampoo* anti ketombe. Produk yang dirintis oleh Procter & Gamble asal Amerika sendiri pertama kali mulai memproduksi pada tahun 1961. Upaya dalam mengenalkan brandnya, perusahaan melakukan pemasaran melalui iklan. Dalam beriklan iklan Head & Shoulders #MoveOnBro berhasil menarik perhatian audiens dan menjadi perbincangan di media sosial. Sehingga dalam hal ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh kreativitas iklan dan *celebrity* endorser terhadap *brand awareness* pada iklan *shampoo* Head & Shoulders di Youtube. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian berganda dan kausal. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Responden dalam penelitian ini merupakan pria dan wanita yang sudah menonton iklan shampo Head & Shoulders di Youtube. Teknik analisis data menggunakan analisis simultan, analisis pengaruh parsial, dan koefisien determinasi untuk mengetahui pengaruh Kreativitas Iklan dan *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Awareness*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kreativitas iklan dan *celebrity endorser* terhadap *brand awareness*. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi didapat sebesar 32,8%, Hal ini menunjukkan bahwa Kreativitas Iklan dan *Celebrity Endorser* memberikan pengaruh sebesar 32,8% terhadap *Brand Awareness*, sedangkan sisanya sebesar 67,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kreativitas Iklan, *Celebrity Endorser*, *Brand Awareness*.