

ABSTRAK

Endorsement adalah bentuk iklan yang menggunakan kepribadian atau selebritas terkenal yang menuntut pengakuan, kepercayaan, rasa hormat, atau kesadaran tinggi di antara orang-orang atau target konsumen. Fenomena Endorse ini tak lain dan tidak bukan adalah salah satu bentuk promosi yang dilakukan online shop untuk menggaet konsumen baru.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh tingkat daya tarik, kepercayaan, dan keahlian celebrity endorsement pada Glamping Lakeside Rancabali. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan Teknik Structural Equation Modelling (SEM) yang digunakan sebagai teknik analisis dan melibatkan 200 pengunjung pengunjung Lakeside Glamping Rancabali. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini memiliki skala likert 5 titik dengan 28 pertanyaan. Metode sampel yang digunakan yaitu purposive sampling.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Daya tarik, kepercayaan, dan keahlian celebrity endorsement yang dipasang pada Instagram oleh Glamping Lakeside Rancabali dari persepsi pengunjung memiliki besar tingkatan yang baik. Terdapat pengaruh signifikan daya tarik terhadap variabel laten endogen citra merk. Terdapat pengaruh signifikan kepercayaan terhadap variabel laten endogen citra merk. Terdapat pengaruh signifikan keahlian terhadap variabel laten endogen citra merk. Terdapat pengaruh signifikan citra merek terhadap variabel laten endogen minat kunjung.