

Abstrak

Penggunaan *celebrity endorser* sebagai strategi pemasaran semakin banyak digunakan oleh merek-merek ternama, salah satunya adalah brand Pantene. Saat ini Pantene tengah menjadi pusat perhatian penonton karena memilih Keanu Angelo sebagai bintang iklan barunya yaitu dalam iklan *Micrales Hair Supplement Bye #Rambutcepat Halo #Rambutkecharge*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel *celebrity endorser* terhadap *brand image*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *non probability sampling* dan *purposive sampling* sehingga jumlah sampel yang diambil dari *followers* Instagram Pantene untuk penelitian ini adalah 395 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X (*celebrity endorser*) terhadap variabel Y (*brand image*). Sebanyak 68,8% pengaruh atau kontribusi yang diberikan oleh variabel *celebrity endorser* untuk variabel *brand image* sedangkan 32,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel *celebrity endorser* dengan variabel *brand image* juga memiliki hubungan yang termasuk dalam kategori hubungan sangat kuat yaitu 0,830.

Kata kunci : *Celebrity Endorser, Brand Image, Komunikasi Pemasaran, Pantene*