

ABSTRAK

Selebriti seringkali digunakan oleh perusahaan untuk mengenalkan produk atau layanan yang ditawarkan. Produk atau layanan tersebut dapat berupa rilisan terbaru maupun yang sudah ada. Whitelab menambah daftar panjang merek lokal yang mengikuti fenomena Korean Wave dengan berkolaborasi dengan Sehun, anggota boygroup EXO asal Korea Selatan. Selebriti endorser yang kredibel diharapkan dapat berdampak pada ekuitas merek.

Penelitian dilakukan terhadap 200 responden melalui kuesioner kuantitatif dengan pertanyaan tertutup yang memiliki skala likert 1-5. Analisis penelitian dilakukan dengan metode Structural Equation Model (SEM) menggunakan software AMOS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selebriti endorser tidak berpengaruh langsung terhadap ekuitas merek, namun melalui pengaruh dari kredibilitas merek. Selebriti endorser berpengaruh positif dan signifikan terhadap kredibilitas merek dan citra merek. Ditemukan bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap ekuitas merek. Dengan ini, kredibilitas merek secara positif memengaruhi gagasan konsumen serta membantu meningkatkan nilai merek.

Kata Kunci: *Celebrity endorser, brand image, brand credibility, brand equity, Korean wave*