

ABSTRAKSI

Tantangan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersaing diantaranya adalah selalu berusaha mendapatkan cara terbaik untuk merebut dan mempertahankan pangsa pasar. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan mengkomunikasikan produknya dengan beriklan. Melalui iklan produsen dapat menyampaikan kelebihan atau kekurangan produk, begitu juga melalui iklan konsumen dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan produk tersebut.. Iklan cenderung dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk Oleh karena itu beriklan dituntut efektif agar memberi pengaruh positif terhadap proses pembelian konsumen.

Agar Efektif iklan harus memiliki daya tarik yang tinggi, harus kreatif dan juga dapat dilakukan dengan menggunakan endorser yang memiliki kredibilitas tinggi. Iklan dengan daya tarik tinggi adalah bila memenuhi 3 indikator yaitu meaningful, distinctive dan believable. Iklan kreatif adalah bila memenuhi indikator unik, smart dan mengundang rasa ingin tahu. Endorser yang kredibel adalah endorser yang memenuhi 3 indikator yaitu populer, terpercaya dan expertise, sedangkan iklan yang efektif adalah iklan yang pesannya dipahami, iklannya diingat dan mereknya dikenali. Endorser yang kredibel dan iklan yang efektif dapat memberikan efek positif pada pembentukan sikap positif konsumen pada merek yang diiklankan.

Penelitian dilakukan kepada 100 responden yang memenuhi syarat dengan memberikan kuesioner untuk diisi lengkap,.dari hasil analisis SEM menunjukkan model memenuhi Goodness of fit index, sehingga dapat dikatakan model penelitian ini layak untuk digunakan. Pengujian atas hipotesis yang diajukan menunjukkan bahwa ke tujuh hipotesis telah memenuhi syarat diterima yaitu nilai $CR > 2$ dengan Probability $< 0,05$.

Penelitian ini telah membuktikan bahwa efektifitas iklan dan kredibilitas endorser memberikan pengaruh pada pembentukan sikap positif konsumen pada merek Ponds, dimana efektifitas iklan sendiri bisa dipengaruhi oleh kreativitas iklan, kredibilitas endorser dan daya tarik iklan.. Oleh karena itu disarankan untuk meningkatkan kreativitas iklan dan kredibilitas endorser yang digunakan.

Kata Kunci : Efektivitas Iklan, Kredibilitas Endoser, Kreatifitas Iklan, Daya Tarik Iklan.