

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *celebrity endorser* terhadap *brand recall* melalui *brand familiarity* di Surabaya.

Pengolahan data menggunakan regresi logistik, tabulasi silang chi-square dan independent sampel t-test dengan SPSS 18.0 software for Windows. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah eksperimen. Data diperoleh secara langsung dari responden yang memenuhi karakteristik populasi yang ditentukan dengan menyebarkan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 288 responden.

Hasil Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *celebrity endorser* terhadap *brand recall*. Sedangkan adanya peran moderasi *brand familiarity* tidak terbukti.

Kata kunci: Endorser, Celebrity Endorser, Brand Recall, Brand Familiarity.

## ABSTRACT

*This study aims to know and analysis the influence of celebrity endorser on brand recall with brand familiarity moderating in Surabaya.*

*This research using logistic regression, chi-square crosstabs, and independent sample t-test with SPSS 18.0. Sampling techniques used in this research is experiment. Data collected directly from responden who meet the specified characteristics of the population by distributing questionnaires. The samples used in this study was 288 respondents.*

*The result of this study show the influence celebrity endorser on brand recall. While brand familiarity moderating celebrity endorser on brand recall in Surabaya rejected.*

*Keywords: Endorser, Celebrity Endorser, Brand Recall, Brand Familiarity*

