

**Pengaruh Kak Seto sebagai Celebrity Endorser terhadap Brand Awareness  
Grab Indonesia**

**(Survei pada Followers Media Sosial Instagram @Grabid)**

**Hafiz Muhammad Rizky**

**1810411097**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab permasalahan yang ada pada latar belakang penelitian ini. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui adakah pengaruh Kak Seto sebagai *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Awareness* Grab Indonesia, dan mengetahui seberapa besar pengaruh yang dihasilkan Kak Seto sebagai *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Awareness* Grab Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah Kuantitatif Eksplanatif dengan menggunakan sumber data primer yang berasal dari kuesioner dan data sekunder yang berasal dari buku, jurnal, dan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* Pada penelitian ini peneliti melakukan lima tahap analisis data yang mencakup uji validitas data, uji reliabilitas, uji korelasi, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dan hubungan Kak Seto sebagai *celebrity endorser* iklan Grab terhadap *brand awareness* Grab Indonesia yang cukup tinggi, dimana hasil ini didapatkan dari uji korelasi yang menunjukkan angka sebesar 0,759 . Selain itu, terdapat pengaruh yang cukup signifikan dari kehadiran Kak Seto di iklan Grab terhadap *brand awareness* Grab Indonesia dimana diketahui bahwa pengaruh yang ditimbulkan oleh Kak Seto sebesar 65,2% yang didapatkan dari uji koefisien determinasi, sedangkan sisanya sebesar 34,8% dipengaruhi oleh berbagai faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian kali ini.

**Kata Kunci :** *Celebrity Endorser*, Iklan Grab, *Brand Awareness*.

**The Influence of Kak Seto as a Celebrity Endorser on Grab Indonesia's  
Brand Awareness**

**(Survey on Instagram @Grabid Social Media Followers)**

**Hafiz Muhammad Rizky**

**1810411097**

**ABSTRACT**

This research was conducted to answer the problems that exist in the background of this research. This research aims to find out if there is any influence Kak Seto as a Celebrity Endorser has on Grab Indonesia Brand Awareness on Instagram, and to find out how much influence Kak Seto has as a Celebrity Endorser on Grab Indonesia's Brand Awareness. The research method used is quantitative explanatory using primary data sources from questionnaires and secondary data from books, journals, and previous studies relevant to this research. Sampling technique is done by purposive sampling technique. In this study, the researcher carried out five stages of data analysis which is included data validity, reliability, correlation, coefficient of determination, and hypothesis testing. The final result of this study shows that there is a fairly high influence and relationship between Kak Seto as a celebrity endorser of Grab advertising on Grab Indonesia's brand awareness, where the result is obtained from a correlation test which shows a number of 0,759. In addition, there is a significant influence from Kak Seto's presence in Grab advertisements on brand awareness of Grab Indonesia where it is known that the influence caused by Kak Seto is 65,2% obtained from the coefficient of determination test, while the remaining 34,8% is influenced by various other factors not examined in this study.

**Keywords:** Celebrity endorser, Grab advertisement, brand awareness.