



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas Dian Sastro sebagai duta produk Panasonic terhadap respon konsumen, mengetahui dimensi kredibilitas Dian Sastro sebagai Duta produk Panasonic yang paling signifikan mempengaruhi respon konsumen, serta mengetahui ada dan tidaknya perbedaan konsumen berdasarkan jenis kelamin dan usia dalam menilai kredibilitas Dian Sastro sebagai duta produk Panasonic. Penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Adapun variabel independen terdiri dari *attractiveness*, *expertise*, *trustworthiness*, sedangkan variabel dependen adalah *inquire*, *consider purchasing*, *actual purchase*.

Hasil dari penelitian ini adalah secara bersama-sama semua variabel independen mempengaruhi variabel dependen, namun secara individu *trustworthiness* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa untuk memperoleh kepercayaan dari konsumen tidak mudah, walaupun telah menggunakan atau memilih seorang selebritis yang cantik atau tampan tidak menjamin konsumen percaya begitu saja. Berdasarkan persamaan regresi berganda menunjukkan bahwa *expertise* merupakan variabel independen yang memiliki pengaruh paling besar dalam mempengaruhi respon konsumen. Selanjutnya variabel independen yang mempengaruhi adalah *attractiveness* dan yang terakhir adalah *trustworthiness*. Jadi dalam memilih model iklan harus dilihat apakah model iklan tersebut memiliki keahlian yang relevan dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan atau tidak.

Penelitian ini juga menemukan bahwa tidak ada perbedaan konsumen berdasarkan usia dan jenis kelamin dalam menilai kredibilitas Dian Sastro. Ini memperlihatkan bahwa terjadi pergeseran budaya yang menghilangkan perbedaan gender. Serta pengaruh era komunikasi yang sangat lancar, sehingga semua usia bisa mendapatkan informasi yang sama tanpa mengenal batasan usia.

Kata Kunci: *Attractiveness*, *expertise*, *trustworthiness*, *inquire*, *consider purchasing*, *actual purchase*



ABSTRACT

This research have three purpose. First, the purpose of thir research is to find out the impact of Dian Sastro credibility as "Duta Produk Panasonic" on consumer respond. Second , which dimensions of Dian Sastro credibility as "Duta Produk Panasonic" have the most significant impact to consumers respond. Third, whether age and sex of consumers in perceive Dian Sastro credibility are different or not. This research consist of dependent and dependent variables where independent variables consist of attractiveness trustworthiness and expertise while consumer respond as dependent variable consist of inquire, consider purchasing, and actual purchase.

The result of this research showed that all independent variables simultaneously impact dependent variable. But individually, trustworthiness variable does not impact dependent on consumer respond. It showed that to gain trust from customers is not easy even though the company have selected a pretty or good looking celebrity as their model. And it is not warranty that consumers will trust his/her as an advertising model. Based on multiple regression formula, showed that expertise as independent variable has the biggest impact to consumer respond, followed by attractiveness variable, next trust variable has the less impact. So in selecting an advertising model the company have to know a model well whether she/he has relevant skills with the company's products or not.

This research also found that there is no differences among customers based on their age and sex in perceive Dian Sastro credibility. This research has showed that cultural changes not only have made sex differences become disappear, but also the impact of era communication now have made all level of age can age can get the same information.

Key words: *Attractiveness, expertise, trustworthiness, inquire, consider purchasing, actual purchase*