

INTISARI

Hasil survey MARS dan SWA dalam rangka Indonesia Best Brand Award (IBBA) 2003 untuk peringkat kinerja merek kategori pembalut wanita, menempatkan Laurier sebagai pemenang dengan *brand value* 293,5 disusul Softex (93,9), Charm (40,6) dan Hers Protex (27,3). Sementara Kotex berada di urutan terakhir dengan *brand value* 12,2 (turun dari 23,56 di tahun 2002). Kotex kurang begitu dikenal konsumen dibandingkan kompetitornya. Hal tersebut disebabkan iklan-iklan Kotex tidak mampu menjelaskan *brand personality* dengan baik. Kompetitornya seperti Charm dan Hers Protex memunculkan selebriti sebagai *endorser* untuk memperkuat *brand personality*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *endorser personality* terhadap *brand personality*, mengetahui *endorser* yang paling sesuai untuk mewakili personalitas Kotex dan menganalisis perbandingan antara personalitas selebriti dan non-selebriti sebagai *endorser* Kotex.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh *endorser personality* terhadap *brand personality*, yaitu pengaruh personalitas *endorser* non-selebriti terhadap *brand personality* Kotex saat ini, dan juga pengaruh personalitas Agnes Monica terhadap *brand personality* Kotex setelah *treatment*. Hal tersebut dapat diketahui dari hasil pengolahan data dengan regresi sederhana 1 dan 2. Nilai R^2 regresi 1 sebesar 0,466 dan nilai *t*-statistik 9,249, dengan 98 *degree of freedom* dan $\alpha = 0,05$ lebih besar dibandingkan nilai *t*-tabel sebesar 1,661. Nilai R^2 regresi 2 sebesar 0,454 dan nilai *t*-statistik 9,031, dengan 98 *degree of freedom* dan $\alpha = 0,05$ lebih besar dibandingkan nilai *t*-tabel sebesar 1,661.

Personalitas Kotex setelah *treatment* (dengan Agnes Monica sebagai *endorser*nya) ternyata lebih baik dibandingkan personalitas Kotex saat ini. Hal ini diketahui dari hasil uji T yang membandingkan dua *mean*, yaitu *mean* untuk Kotex 1 (personalitas Kotex saat ini) sebesar 2,8460 dan *mean* untuk Kotex 2 (personalitas Kotex setelah *treatment*) sebesar 4,0280.

Personalitas Agnes Monica lebih positif dibandingkan personalitas *endorser* non-selebriti. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji T yang membandingkan dua *mean*, yaitu personalitas *endorser* 1 (personalitas *endorser* non-selebriti) dan personalitas *endorser* 2 (personalitas Agnes Monica). *Mean* untuk personalitas *endorser* 2 adalah 4,1440 dan *mean* untuk personalitas *endorser* 1 adalah 2,9250.

Kata kunci: Brand Personality, Endorser Personality.

ABSTRACT

The result of the survey by MARS and SWA in the framework of Indonesia Best Brand Award (IBBA) 2003 for brand performance rank in sanitary napkins category, placed Laurier as the winner with *brand value* of 293.5, then comes Softex (93.9), Charm (40.6) and Hers Protex (27.3). Meanwhile Kotex was last in rank with *brand value* of 12.2 (slumped from 23.56 in 2002). Compared to its competitors, Kotex is not well known by consumers. The cause is that Kotex's ads were unable to explain its brand personality well. Charm and Hers Protex show celebrity as endorser to strengthen their brand personality.

The purpose of this research is to analyze the influence of endorser personality to brand personality, to find out the most appropriate endorser that represents Kotex's personality and to analyze the comparison between personalities of celebrity and non-celebrity as Kotex's endorser.

The results of this research show the influences of endorser personality to brand personality, which are: the influence of non-celebrity endorser personality to Kotex's brand personality nowadays, and the influence of Agnes Monica personality to Kotex's brand personality after treatment. It is known from data processing by simple regression 1 and 2. R^2 value for regression 1 is 0.466 and t-statistic value is 9.249, with 98 *degree of freedom* and $\alpha = 0.05$ bigger than t-table value 1.661. R^2 value for regression 2 is 0.454 and t-statistic value is 9.031, with 98 *degree of freedom* and $\alpha = 0.05$ bigger than t-table value 1.661.

The personality of Kotex after treatment (with Agnes Monica as its endorser) is better than Kotex's personality nowadays. It is known from T test results that compared two means, which are: mean for Kotex 1 (Kotex's personality nowadays) 2.8460 and mean for Kotex 2 (Kotex's personality after treatment) 4.0280.

The personality of Agnes Monica is more positive than non-celebrity endorser personality. It can be seen from T test results that compared two means, which are: endorser personality 1 (non-celebrity endorser personality) and endorser personality 2 (Agnes Monica personality). Mean for endorser personality 2 is 4.1440 and mean for endorser personality 1 is 2.9250.

Keywords: Brand Personality, Endorser Personality.