



## ABSTRAK

Oreo meluncurkan produk kolaborasinya yakni Oreo X Blackpink pada awal tahun 2023. *Celebrity endorsement* yang dilakukan oleh Oreo dengan Blackpink ini mendapatkan banyak respon yang beragam dari masyarakat terlebih lagi di media sosial Twitter. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorsement* terhadap *electronic word-of-mouth* (eWOM) produk biskuit Oreo X Blackpink di media sosial Twitter. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei dengan melibatkan 416 pengikut akun Twitter @starfess sebagai responden. Pada penelitian ini, *celebrity endorsement* yaitu *expertise* (X1) dan *attractiveness* (X2) digunakan sebagai variabel independen serta *trustworthiness* (Y1) digunakan sebagai variabel mediator dan di sisi lain eWOM (Y2) digunakan sebagai variabel dependen. Berdasarkan pengumpulan hingga analisis data melalui perangkat lunak SmartPLS 4.0 didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh langsung dan tidak langsung yang signifikan dari *celebrity endorsement* melalui masing-masing variabelnya terhadap eWOM.

Kata kunci: *celebrity endorsement*, *expertise*, *attractiveness*, *trustworthiness*, eWOM, Oreo X Blackpink, Twitter



## ABSTRACT

*Oreo launched its collaborative product, Oreo X Blackpink, at the beginning of 2023. The celebrity endorsement by Oreo featuring Blackpink received a wide range of responses from the public, particularly on social media Twitter. Therefore, this study aims to investigate the influence of celebrity endorsement on electronic word-of-mouth (eWOM) for Oreo X Blackpink products on Twitter. The study was conducted using a survey method involving 416 followers of the @starfess Twitter account as respondents. This research used celebrity endorsement, including expertise (X1) and attractiveness (X2), as independent variables. At the same time, trustworthiness (Y1) served as the mediator variable, on the contrary, eWOM (Y2) was used as the dependent variable. Based on the data collection and analysis using SmartPLS 4.0 software, the results showed that there is a significant direct and indirect influence of celebrity endorsement through each of its variables on eWOM.*

*Keywords: celebrity endorsement, expertise, attractiveness, trustworthiness, eWOM, Oreo X Blackpink, Twitter*