

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Brand Loyalty*. pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Brand Awareness* dan pengaruh *Brand Awareness terhadap Brand Loyalty*. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Populasi adalah keseluruhan pengguna Hand Phone Merek Vivo sedangkan sampel yang digunakan adalah 54 pengguna Hand Phone Vivo di Kota Poso.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis jalur menunjukkan bahwa *celebrity endorsement* dapat berpengaruh langsung ke *brand loyalty* dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu dari *celebrity endorsement* ke *brand awareness* sebagai *intervening* lalu ke *brand loyalty*. *Celebrity endorsement* tidak berpengaruh terhadap *Brand Awareness* *Brand Awareness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Brand Loyalty*. *Celebrity Endorsement* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Loyalty*. hasil perhitungan sobel test di atas mendapatkan nilai z sebesar 0,365, karena nilai z yang diperoleh sebesar $0,365 < 1.96$ dengan tingkat signifikansi 5% maka membuktikan bahwa *Brand Awareness* tidak mampu memediasi hubungan pengaruh *Brand Endorsement* terhadap *Brand Loyalty*.

