



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

ABSTRAK

PENGARUH TAGLINE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND AWARENESS PRODUK LUWAK WHITE KOFFIE (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KELURAHAN TUAH KARYA KECAMATAN TAMPAN PEKANBARU)

OLEH:

DINA RAHMA FADILAH

NIM: 11371203633

Penelitian ini dilakukan di lingkungan masyarakat kelurahan Buah Karya kecamatan Tampan Pekanbaru. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tagline dan brand ambassador terhadap brand awareness produk Luwak White Koffie pada masyarakat kelurahan Buah Karya kecamatan Tampan Pekanbaru. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kelurahan Buah karya kecamatan tampan pekanbaru, sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 114 orang. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik Purposive Sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Sedangkan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) digunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat SPSS versi 21.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Tagline berpengaruh positif terhadap brand awareness. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t, nilai t hitung untuk variabel kesadaran merek adalah sebesar 3,276 dan nilai t tabel dengan sebesar 1,98157 dimana $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,01 < 0,05$), (2) Brand ambassador berpengaruh positif terhadap brand awareness. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk variabel brand ambassador adalah sebesar 5,365 dengan nilai t tabel sebesar 1,98157 dimana $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($5,965 > 1,985$), dengan tingkat signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05), (3) Tagline dan Brand Ambassador secara bersama-sama berpengaruh terhadap Brand Awareness produk Luwak White Koffie. Dari hasil perhitungan F hitung sebesar 47,846 dan F tabel dengan $df1 = k - 1$ ($3 - 1$) = 2 dan $df2 = n - k$ ($114 - 3$) = 111 pada taraf signifikan 5% = 3,08. Dari hasil penelitian juga diperoleh perhitungan koefisien determinasi yang menyimpulkan bahwa tagline dan brand ambassador berpengaruh terhadap brand awareness produk Luwak White Koffie di Kelurahan Buah Karya Kecamatan Tampan Pekanbaru sebesar 45,3 % sedangkan sisanya 54,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Tagline, Brand Ambassador, Brand Awareness