

ABSTRAK

Armand Dwiki Ramadhan (1404083) “Pengaruh *Tagline* DijaminOri Terhadap *Brand Awareness e-Commerce* JD.ID (Survey terhadap mahasiswa aktif FPEB UPI)” dibawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak., MBA. dan Dr. H. Mokh. Adib Sultan, ST.MT.

Rendah nya tingkat jumlah kunjungan ke situs *e-Commerce* JD.ID, mengindikasikan bahwa rendahnya tingkat *awareness* masyarakat kepada JD.ID. Untuk meningkatkan tingkat *awareness* masyarakat terhadap JD.ID, dibutuhkan strategi pemasaran agar tingkat *awareness* masyarakat kepada JD.ID meningkat. Salah satu strateginya yaitu dengan penggunaan *Tagline*. Pada tahun 2017 mereka mengeluarkan kampanye iklan dengan *Tagline* DijaminOri. Yang bisa diartikan sebagai semua barang yang mereka jual, mereka menjamin semuanya produk asli dan berkualitas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran mengenai *Tagline*, *Brand Awareness*, dan pengaruh dari *Tagline* DijaminOri terhadap *Brand Awareness* JD.ID pada mahasiswa aktif FPEB UPI. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan sampel penelitian 100 mahasiswa FPEB yang pernah melakukan transaksi di JD.ID. sampel dipilih menggunakan *simple random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa deskripsi mengenai *Tagline* DijaminOri berada pada kategori tinggi dan untuk deskripsi *Brand Awareness* JD.ID pada mahasiswa FPEB berada pada kategori tinggi. Didalam hasil penelitian pun menunjukkan bahwa *Tagline* DijaminOri memiliki pengaruh positif terhadap *Brand Awareness* JD.ID pada mahasiswa FPEB. Diharapkan perusahaan dapat menjelaskan pesan *Tagline* lebih jelas di setiap iklan dan meningkatkan promosinya agar dapat menarik konsumen baru dan menjadikan JD.ID sebagai pilihan utama ketika akan melakukan pembelian secara online

Kata Kunci : *Tagline*, *Brand Awareness*, Iklan

ABSTRACT

Armand Dwiki Ramadhan (1404083) "The Influence of *Tagline DijaminOri* towards *Brand Awareness e-Commerce JD.ID* (Survey on active FPEB UPI Students)", under the guidance Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak., MBA. and Dr. H. Mokh. Adib Sultan, ST.MT.

The low level of visits to the JD.ID e-Commerce site, indicates that the level of public awareness is low to JD.ID. To increase the level of public awareness of JD.ID, a marketing strategy is needed so that the level of public awareness to JD.ID increases. One of the strategies is by using Tagline. In 2017 they released an ad campaign with the Tagline DijaminOri, which can be interpreted as all the items they sell, they guarantee all the original and quality products. The purpose of this study was to determine the description of the Tagline, Brand Awareness, and the influence of the Tagline DijaminOri on Brand Awareness of JD.ID in FPEB students. This study uses descriptive and verification methods with a research sample of 100 FPEB students who have made transactions at JD.ID. The sample was selected using simple random sampling. The results showed that the description about Tagline DijaminOri was in the high category and the description of JD.ID Brand Awareness in FPEB students was in the high category. In the results of the study also showed that the Tagline DijaminOri had a positive influence on JD.ID Brand Awareness in FPEB students. Hopefully that the company can explain the message of the Tagline more clearly in each ad and increase its promotion so that it can attract new consumers and make JD.ID the first choice when making purchases online

Keyword : *Tagline, Brand Awareness, Advertisement*