

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang 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. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### **PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *JINGLE* IKLAN BUKALAPAK VERSI NEGO GILA HARBONAS TERHADAP *BRAND AWARENESS* ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim**

**Riau)**

**OLEH:  
M. AGUNG MUKLISIN  
NIM: 11371106316**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah celebrity endorser dan jingle iklan Bukalapak versi nego gila harbonas memiliki pengaruh terhadap brand awareness pada mahasiswa Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau.*

*Penelitian ini menggunakan kuisisioner dengan jumlah responden adalah 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik random sampling, dengan menggunakan metode convenience sampling yaitu penarikan sampel berdasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Uji yang digunakan untuk menguji instrument penelitian adalah beberapa uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji regresi linier berganda.*

*Hasil penelitian menjelaskan bahwa secara parsial dan simultan variabel celebrity endorser dan jingle iklan memiliki pengaruh terhadap Brand Awareness. Dan berdasarkan koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Celebrity Endorser dan Jingle Iklan mampu menjelaskan variabel Brand Awareness sebesar lima puluh satu koma lima persen*

**Kata Kunci: *Celebrity Endorser, Jingle Iklan, Brand Awareness.***