

## ABSTRAK

**Gissa Tri Akhirani, NIM. 3402190375. “Pengaruh *Tagline* dan *Jingle* Iklan Terhadap *Brand Awareness* (Studi Pada Konsumen MS Glow Agen Ciamis)”. Dibawah bimbingan Dr.Nana Darna, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Roni Marsiana Suhendi, S.E., M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Tagline* dan *Jingle* Iklan Terhadap *Brand Awareness* MS Glow Agen Ciamis (Studi Pada MS Glow Agen Ciamis).

Permasalahan yang dihadapi pada penelitian ini meliputi:1). Bagaimana pengaruh *tagline* terhadap *brand awareness* pada konsumen Ms Glow Agen Ciamis ?2). Bagaimana pengaruh *jingle* iklan terhadap *brand awareness* pada konsumen Ms Glow Agen Ciamis?3). Bagaimana pengaruh *tagline* dan *jingle* iklan terhadap *brand awareness* pada konsumen MS Glow Agen Ciamis?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1). Pengaruh *tagline* terhadap *brand awareness* konsumen Ms Glow Agen Ciamis.2). Pengaruh *jingle* iklan terhadap *brand awareness* pada konsumen Ms Glow Agen Ciamis. 3). Pengaruh *tagline* dan *jingle* iklan terhadap *brand awareness* pada konsumen Ms Glow Agen Ciamis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis Menggunakan Uji Signifikansi (Uji t dan Uji F).

Hasil dari Penelitian dan Pengolahan data Menunjukkan bahwa *tagline* dan *jingle* iklan berpengaruh positif terhadap *brand awareness* di MS Glow Agen Ciamis dengan besarnya pengaruh 69,2% sedangkan 30,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Diharapkan MS Glow Agen Ciamis lebih meningkatkan dan memperhatikan *tagline* dan *jingle* iklan sehingga akan meningkatkan *brand awareness* konsumen.

**Kata kunci : *Tagline*, *Jingle* Iklan, *Brand Awareness***