

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *TAGLINE* TERHADAP  
*BRAND AWARENES* KARTU XL PRIORITAS**

**(Studi Pada Karyawan di Wilayah Jakarta Selatan)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen**



**SUTARNO BINTORO**

**1171921001**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2019**

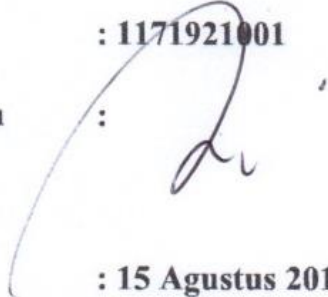
**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Sutarno Bintoro**

**NIM : 1171921001**

**Tanda Tangan :**

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sutarno', written over the 'Tanda Tangan' label. The signature is fluid and cursive.

**Tanggal : 15 Agustus 2019**

## HALAMAN PENGESAHAN

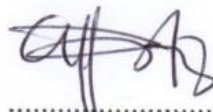
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Sutarno Bintoro  
NIM : 1171921001  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Tagline* Terhadap *Brand Awareness* Kartu XL Prioritas (Studi Pada Karyawan di Wilayah Jakarta Selatan)

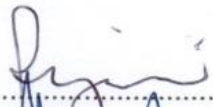
**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.**

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ananda Fortunisa, S.E., M.Si.

()  
.....)

Penguji 1 : Ir. Aurino Rilman A. Djamaris, M.M.

()  
.....)

Penguji 2 : Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M.

()  
.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 15 Agustus 2019

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *TAGLINE* TERHADAP *BRAND AWARENESS* KARTU XL PRIORITAS (STUDI PADA KARYAWAN DI WILAYAH JAKARTA SELATAN).**

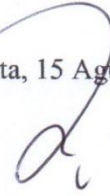
Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ananda Fortunisa, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tugas akhir.
2. Ir. Aurino Rilman A. Djamaris, M.M. dan Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M. selaku penguji yang telah banyak sekali memberikan masukan dan saran demi perbaikan tugas akhir ini.
3. Seluruh dosen dan staf di Universitas Bakrie terutama Pak Taufik Amir, Ibu Tita dan Mas Taufik yang telah banyak membimbing dan membantu penulis.
4. Kedua orangtua, Bapak dan Ibu yang telah merawat dan membesarkan penulis.
5. Istri tercinta (B. Setyawati) dan anak-anak penulis, Mas Banu dan Dik Bela yang tak henti-hentinya menyemangati dan mendoakan penulis.
6. Iin Rani Susanti, adik penulis yang telah banyak membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.
7. Rekan-rekan Manajemen Universitas Bakrie Batch 9 yang telah banyak membantu penulis.

8. Sahabat, rekan dan pihak-pihak lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Akhir kata, penulis berharap kiranya Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 15 Agustus 2019



Sutarno Bintoro

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sutarno Bintoro  
NIM : 1171921001  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *TAGLINE* TERHADAP *BRAND AWARENESS* KARTU XL PRIORITAS (STUDI PADA KARYAWAN DI WILAYAH JAKARTA SELATAN)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 Agustus 2019

Yang menyatakan

Sutarno Bintoro

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *TAGLINE* TERHADAP *BRAND AWARENESS* KARTU XL PRIORITAS (STUDI PADA KARYAWAN DI WILAYAH JAKARTA SELATAN)**

**Sutarno Bintoro**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh *brand ambassador* terhadap *brand awareness* kartu XL Prioritas (2) pengaruh *tagline* terhadap *brand awareness* kartu XL Prioritas (3) *brand ambassador* dan *tagline* terhadap *brand awareness* kartu XL Prioritas. Populasi penelitian ini adalah karyawan sebuah instansi di Jakarta Selatan, sedangkan sampel yang diambil sebanyak 100 orang responden dengan teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian di uji validitas dan reliabilitas dengan melihat *corrected item total correlation* dan *cronbach's alpha* dan semua dinyatakan valid dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *brand ambassador* berpengaruh positif terhadap *brand awareness*, ditunjukkan dengan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0.345 dengan nilai sig sebesar  $0.000 < 0.005$ . (2) *tagline* berpengaruh terhadap *brand awareness*, ditunjukkan dengan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0.151 dengan nilai sig sebesar  $0.000 < 0.005$ . (3) *brand ambassador* dan *tagline* berpengaruh terhadap *brand awareness*, diperoleh nilai 1.387 dengan nilai sig sebesar  $0.000 < 0.005$ . (4) Besar pengaruh *brand ambassador* dan *tagline* terhadap *brand awareness* sebesar 68,7%, dan sisanya sebesar 31,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel penelitian ini.

Kata kunci : *Brand Ambassador, Tagline, Brand Awareness*

***THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR AND TAGLINE ON XL PRIORITY  
BRAND AWARENESS CARD (STUDY IN EMPLOYEES IN JAKARTA  
SELATAN AREA)***

***Sutarno Bintoro***

***ABSTRACT***

*This study aims to determine: (1) the effect of brand ambassador on XL Priority card brand awareness (2) the influence of tagline on brand awareness of XL Priority card (3) brand ambassador and tagline on brand awareness of XL Priority card. The population of this study is employees of an agency in South Jakarta, while the samples taken were 100 respondents using purposive sampling technique. The research instrument was tested for validity and reliability by looking at the corrected item-total correlation and Cronbach's alpha and all were declared valid by using descriptive analysis and multiple regression techniques. The results of this study indicate that: (1) brand ambassador has a positive effect on brand awareness, indicated by a positive regression coefficient of 0.345 with a sig value of 0.000 <0.005. (2) tagline influences brand awareness, indicated by a positive regression coefficient of 0.151 with a sig value of 0.000 <0.005. (3) brand ambassador and tagline affect brand awareness, obtained 1,387 with a sig value of 0,000 <0.005. (4) The influence of brand ambassador and tagline on brand awareness is 68.7%, and the remaining 31.3% is influenced by other variables outside the variables of this study.*

*Keywords: Brand Ambassador, Tagline, Brand Awareness*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah .....	8
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan Penelitian .....	8
1.6 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 <i>Brand</i> .....	10
2.1.1 Fungsi dan Manfaat <i>Brand</i> .....	12
2.1.2 Branding .....	14
2.2 <i>Brand Awareness</i> .....	15
2.2.1 Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....	17
2.2.2 Peran <i>Brand Awareness</i> .....	19
2.2.3 Mencapai <i>Brand Awareness</i> .....	20
2.3 <i>Brand Ambassador</i> .....	22
2.3.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i> .....	22
2.3.2 Karakteristik <i>Brand Ambassador</i> .....	23

2.3.3 Fungsi dan Manfaat <i>Brand Ambassador</i> .....	24
2.4 <i>Tagline</i> .....	25
2.4.1 Definisi <i>Tagline</i> .....	25
2.4.2 Jenis <i>Tagline</i> Berdasarkan Sifat .....	26
2.4.3 Fungsi <i>Tagline</i> .....	27
2.4.4 <i>Tagline</i> yang Efektif .....	27
2.5 Penelitian Terdahulu.....	28
2.6 Kerangka Pikir .....	32
2.7 Paradigma Penelitian .....	33
2.8 Hipotesis Penelitian .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Desain Penelitian .....	34
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	34
3.2.1 Variabel Bebas ( <i>Independent Variabel</i> ) .....	34
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian .....	36
3.4 Populasi dan Sampel .....	36
3.4.1 Populasi .....	36
3.4.2 Sampel .....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.6 Instrumen Penelitian .....	38
3.7 Uji Validitas dan Realibilitas .....	39
3.7.1 Uji Validitas.....	39
3.7.2 Uji Realibilitas.....	40
3.8 Teknik Analisis Data .....	41
3.8.1 Uji Prasarat Analisis .....	41
3.8.2 Uji Normalitas .....	41
3.8.3 Uji Linieritas.....	42
3.8.4 Uji Multikolinieritas .....	43
3.8.5 Uji Heteroskedastisitas .....	43

3.9 Analisis Data .....	44
3.9.1 Analisis Deskriptif .....	44
3.9.2 Analiss Regresi Berganda.....	44
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	47
4.2 Hasil Pengujian Instrumen .....	49
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	52
4.4 Uji Hipotesis.....	54
4.5 Pembahasan.....	57
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	61

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Top Brand Index Telekomunikasi SIM Card .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (diolah peneliti) .....	29
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian (OVP) .....	38
Tabel 3.2 Kategori Angka Skala Realibilitas .....	41
Tabel 4.1 Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4.2 Pendidikan .....	48
Tabel 4.3 Lama Kerja .....	48
Tabel 4.4 Pengeluaran .....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas .....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas .....	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji F .....	56
Tabel 4.12 Uji Determinasi .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan XL Prioritas dengan <i>Brand Ambassador</i> Maudy Ayunda.....	3
Gambar 1.2 Iklan XL Prioritas dengan <i>Brand Ambassador</i> Maudy Ayunda dan Hamish Daud.....	3
Gambar 1.3 <i>Tagline</i> XL Sekarang Bisa.....	6
Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	18

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Responden.....	66
Lampiran 2. Uji Deskriptif.....	67
Lampiran 4. Uji Normalitas.....	69
Lampiran 4. Uji Multikolienaritas.....	70
Lampiran 6. Uji Heterokeastisitas.....	71
Lampiran 7. Uji Lienaritas.....	72
Lampiran 8. Analisis Regersi Lienar Berganda.....	74