

## ABSTRAK

**NURMALA BUNGA ROHADI, 10820590**

**Pengaruh Daya Tarik Brand Ambassador dan Tagline Pada Iklan Gopay x BTS di Youtube Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Gopay**

Kata Kunci: Pengaruh, Daya Tarik, *Tagline*, Keputusan Pengguna

(xiv + 85 + Lampiran)

Seseorang sebagai brand ambassador yang ditunjuk oleh suatu Perusahaan harus mempunyai daya Tarik dan kemampuan dalam menarik perhatian pengguna youtube untuk menggunakan suatu produk, dan tagline iklan pun berfungsi sebagai pengingat atau mewakili identitas suatu produk/layanan yang berisi pesan yang padat dan mudah diingat. Hal ini terjadi pada Perusahaan gojek dengan menggandeng boyband asal Korea Selatan untuk iklan gopay x BTS. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh daya tarik *brand ambassador* (X1) dan *tagline* pada iklan Gopay X BTS di youtube (X2) terhadap keputusan penggunaan layanan gopay (Y). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Selanjutnya, teori yang digunakan yaitu Teori S-O-R (Stimulus, *Organism*, *Response*). Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji asumsi klasik, Uji Hipotesis, Uji Korelasi, Koefisien Determinasi, dan analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh daya tarik *brand ambassador* dan *tagline* pada iklan gopay x BTS di Youtube terhadap keputusan penggunaan layanan gopay. Namun di sisi lain Perusahaan diharapkan dapat untuk mempertahankan atau meningkatkan daya Tarik iklan yang bagus, *brand ambassador* dan *tagline* yang baik dalam iklan youtube gopay agar terus meningkatkan keputusan pengguna layanan pada pengguna gopay. Diharapkan penelitian ini bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dengan meneliti variable bebas yang belum diteliti dalam penelitian ini, Misalnya: *Brand Image*, sikap terhadap iklan, *brand awareness*.

Daftar Pustaka (1994 – 2018)