

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING
SKRIPSI JULI 2022**

Rizky Hartoyo Sakti

2015140096

**PENGARUH IKLAN KOPI KENANGAN VERSI “HANYA UNTUKMU”
TERHADAP *BRAND IMAGE***

(xii=104 Halaman + 32 Tabel + 12 Gambar)

Kopi Kenangan adalah *grab-and-go coffee chain* dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia . Kopi Kenangan juga baru saja mengumumkan status perusahaan *New Retail F&B Unicorn* pertama di Asia Tenggara.Kopi kenangan meluncurkan produk terbarunya yaitu kopi *ready to drink coffee*. Banyak tanggapan baik positif maupun negatif mengenai produk tersebut. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh Iklan Kopi Kenangan versi “Hanya Untukmu” terhadap *Brand Image* pada warga RW 04 Palmerah, Jakarta Barat. Teori yang digunakan adalah iklan televisi dengan 6 elemen, antara lain: musik atau *jingle*, *storyboard*, *copy* atau *script*, *endorser*, *signature slogan* atau *strapline*, dan logo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survei bersifat eksplanatif. Informasi dan data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuisioner dengan 73 responden yang merupakan warga RW 04 Palmerah, Jakarta Barat. teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *slovin* dengan taraf kepercayaan sampel terhadap populasi sebesar 90% dan taraf kesalahan sebesar 10%. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana dan uji hipotesis dengan alat pengolahan data SPSS versi 26.0. Hasilnya menunjukkan bahwa pengaruh Iklan Kopi Kenangan versi “Hanya Untukmu” secara keseluruhan responden menjawab baik (setuju), serta pengaruh iklan youtube terhadap *brand image* secara keseluruhan responden merespon baik (setuju) dari semua pernyataan variable Y di kuisioner penelitian, dan besarnya pengaruh Iklan Kopi Kenangan versi “Hanya Untukmu” memiliki hubungan positif dan kuat sebesar 0,357 terhadap *brand image* dalam warga RW 04 Palmerah, Jakarta Barat dengan presentase pengaruh Iklan Kopi Kenangan di youtube terhadap *brand image* sebesar 12,7% dan sementara sisanya 87,3% dipengaruhi faktor lain.

Kata Kunci : *Advertising, Iklan Youtube, Brand Image*
Referensi : 11 buku, 3 jurnal, 2 skripsi, dan 3 internet
DOSEN PEMBIMBING : Dr. Aminah Swarnawati, M.Si