

## ABSTRAK

Hampir setiap iklan yang dipublikasikan mengandung slogan atau *tagline* yang dibuat untuk mengekspresikan maksud produk dan memudahkan konsumen untuk mengingatnya. *Tagline* yang mudah diingat tersebut membuat konsumen mengasosiasikan *tagline* dengan mereknya. *Brand association* sendiri terbentuk ketika semakin banyak pengalaman konsumen dalam mengonsumsi merek atau semakin sering konsumen terpapar oleh merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh *tagline* #ThinkPink terhadap *brand association* Bright Gas 5,5 kg di Jabodetabek. Variabel *tagline* #ThinkPink (X) terbagi menjadi tiga indikator berdasarkan karakteristik asosiatif slogan yaitu *relevancy*, *extremity*, dan *specificity*. Variabel *brand association* Bright Gas 5,5 kg (Y) juga terbagi menjadi tiga indikator yaitu atribut, manfaat, dan sikap.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis deskriptif. Populasi pada penelitian ini merupakan penduduk wanita berusia 25-44 tahun di Jabodetabek dan melalui perhitungan dengan tingkat kesalahan 10% diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *non-probability sampling* dan dengan metode *purposive sampling*. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan menggunakan koefisien determinasi dan uji F lalu dianalisis menggunakan analisis regresi linier sederhana melalui SPSS IBM versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *tagline* #ThinkPink (X) termasuk ke dalam kategori tinggi atau mendapatkan respon positif dengan nilai presentase sebesar 77%. Variabel *brand association* Bright Gas 5,5 kg (Y) berdasarkan hasil penelitian juga mendapatkan respon positif dengan nilai presentase sebesar 77,4%. Berdasarkan perhitungan hasil penelitian ini, disimpulkan bahwa *tagline* #ThinkPink 44,1 % berpengaruh terhadap *brand association* Bright Gas 5,5 kg di Jabodetabek dengan persamaan regresi  $Y = 7,292 + 1,132X$ . Sisanya sebesar 59,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** iklan, *tagline* #ThinkPink, *brand association* Bright Gas 5,5 kg