

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *tagline* #DijaminOri terhadap *brand association* pada *followers instagram @jdid*. Penelitian ini menggunakan variabel independent yaitu *tagline* dengan sub variabel *relevancy*, *extremity*, dan *specificity*. Dengan variabel dependent yaitu *brand association* dengan sub variabel atribut, manfaat, dan sikap. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pada penelitian ini peneliti menentukan sampel dengan menggunakan teknik *probability sampling*. Dengan responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan penulis yaitu analisis data deskriptif, uji normalitas, uji regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil analisis korelasi dengan nilai R sebesar 0.834 dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan searah antara *tagline* #DijaminOri dengan *brand association* JD.ID pada *followers Instagram JD.ID*. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji-t didapat hasil bahwa *tagline* #DijaminOri memiliki pengaruh terhadap *brand association* JD.ID. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan uji t, didapatkan hasil t hitung > t tabel (14,974 > 1,9842) dan signifikansi $0.000 < 0.05$. Sehingga H_0 “Tidak terdapat pengaruh *tagline* #dijaminori terhadap *brand association* JD.ID pada *followers instagram @jdid*” ditolak yang berarti terdapat pengaruh *tagline* #dijaminori terhadap *brand association* JD.ID pada *followers instagram @jdid*. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa *tagline* #DijaminOri memiliki pengaruh sebesar 69.6% terhadap *brand association* JD.ID dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: *Tagline, Brand Association, JD.ID*