

ABSTRAK

Dalam memasarkan produknya, sebuah perusahaan melakukan promosi dan iklan agar produk yang dijual dapat diketahui oleh masyarakat. Salah satu bentuk mengkomunikasikannya adalah dengan menggunakan *tagline*, karena dengan menggunakan *tagline* dapat menyampaikan sebuah kesan yang dengan mudah dapat diingat oleh konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *tagline* #SemuanyaSemuanya terhadap *brand awareness* By.U pada Followers Instagram @Byu.Id. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu *tagline* (X) dengan *familiarity*, *differentiation* dan *message or value*. Pada variabel dependen yaitu *brand awareness* (Y) dengan *recognition* dan *recall*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dengan jumlah responden 400 orang. Teknik analisis data yang digunakan penulis yaitu analisis data deskriptif, uji normalitas, uji regresi linier sederhana, koefisien determinasi dan uji hipotesis (*t test*) dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Berdasarkan hasil regresi linier sederhana $Y = 21,190 + 0,628 X$ dapat dikatakan bahwa *tagline* (X) berpengaruh positif terhadap *brand awareness* (Y). Terdapat pengaruh antara *tagline* #SemuanyaSemaunya terhadap *brand awareness* by.U, berdasarkan hasil uji parsial (*t test*) dengan hasil 17,540. Hasil tersebut lebih besar dari ketentuan nilai t_{tabel} yang telah ditentukan dalam penelitian, yaitu 1.6487 dengan menggunakan nilai signifikansi 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh *tagline* #SemuanyaSemaunya terhadap *brand awareness* By.U pada followers Instagram @Byu.Id. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa *tagline* #SemuanyaSemaunya memiliki pengaruh sebesar 43,56% terhadap *brand awareness* By.U dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: *Brand Awareness, By.U, Tagline*