

ABSTRAK

Machtwatch merupakan brand platform dari jamtangan.com, yaitu toko penjualan jam tangan *online* dan *offline*. Dalam mencapai visi dan misi, Machtwatch melakukan strategi pemasaran yaitu iklan dengan penggunaan daya tarik humor untuk meningkatkan *brand awareness* pada produk. Selain iklan, faktor lain untuk meningkatkan *brand awareness* adalah *celebrity endorser*. Machtwatch mempunyai kanal video YouTube dan meluncurkan sebuah video iklan bertajuk “Aksi Jagoan - jamtangan.com” yang dibintangi oleh *brand ambassador* mereka, Joe Taslim. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik humor dan *celebrity endorser* “Aksi Jagoan - jamtangan.com” di YouTube terhadap *brand awareness* merek Machtwatch (jamtangan.com), serta berapa besar pengaruhnya. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan analisis deskriptif dan regresi berganda dengan sampel sebanyak 400 responden. Berdasarkan hasil penelitian, daya tarik humor berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,830 > 1,965$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Kemudian, *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($12,139 > 1,965$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Daya tarik humor dan *celebrity endorser* “Aksi Jagoan - jamtangan.com” di YouTube memiliki pengaruh terhadap *brand awareness* merek Machtwatch (jamtangan.com) sebesar 38,3%, sedangkan 61,7% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Daya Tarik Humor, Celebrity Endorser, Brand Awareness, Machtwatch, Iklan