

**PENGARUH TERPAAN IKLAN TOKOPEDIA DI GAMES TAHU BULAT  
TERHADAP PENINGKATAN *BRAND EQUITY***

**(SURVEI PADA PENGUNJUNG FANPAGE FACEBOOK**

**OWN GAMES INDONESIA)**

**Nurul Zulhijayanti**

**1210411061**

**Abstrak**

Banyaknya fenomena situs toko *online* di Indonesia memiliki strategi dalam mengiklankan produknya. Terdapat merek Tokopedia di dalam games tahu bulat merupakan cara beriklan yang baru bagi dunia *E-Commerce*. Games tahu bulat menampilkan iklan Tokopedia *tagline* (sudah cek Tokopedia?), hingga *mascot* Tokopedia yang dapat dilihat oleh para pemain tanpa mengganggu jalannya permainan. Tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan iklan Tokopedia di games tahu bulat terhadap peningkatan *Brand Equity*. Penelitian ini menggunakan teori terpaan iklan dan *brand equity*. Pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Populasi sebesar 78.279 dan perhitungan sampel melalui rumus *yamane* yang hasilnya sebanyak 100 responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*. Hasil penelitian diperoleh uji korelasi sebesar 0,674 yang berarti mempunyai hubungan yang cukup kuat yang menyatakan mempunyai pengaruh yang signifikan dan koefisien determinasi besarnya 45,0% sedangkan untuk nilai  $t$  hitung  $8,947 > t$  tabel 1,600 yang berarti terdapat pengaruh terpaan iklan terhadap *brand equity*. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat taraf signifikansi 10% diperoleh  $t$  hitung  $8,947 > t$  tabel 1,600. Sehingga terlihat bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa ada pengaruh Terpaan Iklan Tokopedia di Games Tahu Bulat Terhadap Peningkatan *Brand Equity* (Survei Pengunjung *Fanpage Facebook Own Games Indonesia*).

**Kata kunci :** Terpaan iklan, Games Tahu Bulat, Brand Equity

**THE INFLUENCE OF ADVERTISING TOKOPEDIA IN TAHU BULAT  
GAMES TO INCREASE BRAND EQUITY**

**(VISITOR SURVEY FACEBOOK FANPAGE  
OWN GAMES INDONESIA)**

**Nurul Zulhijayanti**

**1210411061**

*Abstract*

Many phenomena site online store in indonesia has strategy in advertising their product .In games this tokopedia an advertising display tokopedia , a tagline , until mascot tokopedia that can be viewed by the players without disturbing his way game .The purpose of this research is to know how big the influence of double-digit advertising tokopedia in games Tahu Bulat on increased brand equity. A theory that used in this research was communication theory, mass communication, advertising, application, social media, double digit advertising and brand equity. Approach research use is quantitative eksplanatif with the kind of research .The population of 78.279 and calculation sample formula yamane through the result of as many as 100 respondents . Technique withdrawal sample used the probability of sampling namely accidental sampling .The results of the study obtained the correlation of 0,674 that means it has a strong enough that have an significant and coefficients determination the size of the 45,0 % and to value t count 8,947 > t table 1,600 which means is the double-digit advertising to brand equity . The conclusion of the study to level of significance in 10 % obtained t count 8,947 > t tabel 1,600 table .So that it can be seen that h0 were rejected and ha accepted , it means that there is the influence of advertising tokopedia double-digit in games know round to a significant increase in brand equity ( visitors survey fanpage facebook own games indonesia ) .

Keywords: advertising exposure , games tahu bulat, brand equity