

**PENGARUH DAYA TARIK *CHANNEL YOUTUBE MORINAGA***  
**PLATINUM “RENCANA BERMAIN *MULTIPLE INTELLIGENCE*”**  
**TERHADAP *BRAND EQUITY***

**(Survei : Komunitas Ayo Main, Bintaro Tangerang Selatan)**

**Rofinar Raihan**

**Abstrak**

**Latar belakang** penelitian ini adalah untuk melihat apakah adanya potensi yang besar dalam beriklan melalui *Channel youtube*, Morinaga sebagai salah satu perusahaan besar yang bergerak dalam bidang susu anak ingin beriklan dengan cara membuat sebuah *channel youtube* dengan isi konten permainan anak yang merangsang delapan kecerdasan *multiple intelligence*. **Tujuan Penelitian** ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik *channel youtube* Morinaga Platinum “rencana bermain *multiple intelligence*” terhadap *brand equity*. **Teori** yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori daya tarik dan *brand equity*. **Metodologi penelitian** ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pengumpulan data penelitian dengan cara penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota komunitas Ayo Main, Bintaro Tangerang selatan sebanyak 1.742 responden. Sedangkan untuk sampelnya sebanyak 95 responden dengan menggunakan rumus Yamane. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*. **Hasil dari penelitian** diperoleh uji korelasi sebesar 0,698 yang menyatakan mempunyai hubungan yang kuat, uji regresi diketahui bahwa  $Y = 23,421 + 1,104 X$ , yang menyatakan mempunyai pengaruh yang kuat dan koefisien determinasi besarnya  $0,487 = 48,7\%$  sedangkan untuk nilai  $t$  hitung  $9,404 > 1,661$   $t$  tabel yang berarti terdapat pengaruh daya tarik terhadap *brand equity*. **Kesimpulan dari penelitian** ini adalah signifikasi dan dengan taraf signifikasi 10 % diperoleh  $t$  tabel adalah 1,661. Sehingga terlihat bahwa nilai  $t$  hitung  $9,404 > t$  tabel 1,661 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa ada pengaruh daya tarik *channel youtube* Morinaga Platinum terhadap *brand equity*.

**Kata Kunci:** *Channel, Youtube, Morinaga Platium, Brand Equity*

# **EFFECT OF ATTRACTION YOUTUBE CHANNEL MORINAGA PLATINUM " PLANS TO PLAY MULTIPLE INTELLIGENCE " TO BRAND EQUITY**

**(Surveys : community Ayo Main, Bintaro Tangerang Selatan)**

**Rofinar Raihan**

## **Abstract**

Background of this research is to see if the potential that is great in advertise through channel youtube , morinaga as one of the companies large which are engaged in milk children want to advertise by making a channel youtube to the contents of content kids game stimulate eight intelligence multiple intelligence .The purpose of this research aims to understand how big the influence of a charm channel youtube morinaga platinum “plan play multiple intelligence” to brand equity .A theory that used in this research s a theory attractiveness and brand equity .Methodology this research used a quantitative approach , data collection research in a scattering manner the questionnaire .Population in this research is community members come on play , bintaro south tangerang as many as 1.742 respondents .While for sampelnya by 95 respondents with using formulas yamane. Technique withdrawal sample in this research in a non probability of sampling namely accidental sampling .The result of research obtained the correlation of 0,698 stating have strong relationship , test regression be seen that  $y = 23,421 + 1,104 x$  , stating have an strong and coefficients determination the size of the  $0,487 = 48,7 \%$  and to value t count  $9,404 > 1,661$  t table which means is the a magnet for brand equity .The conclusion of this research is significance and with the economic situation of significance in 10 % obtained t table is 1,661 .That look that the value t count  $9,404 > 1,661$  so  $H_0$  were rejected and  $H_a$  accepted it means that there is the influence of a charm channel youtube morinaga platinum to brand equity

**Keyword: Channel, Youtube, Morinaga Platium, Brand Equity**