

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kampanye #TellYourDifference dan *celebrity endorser* Eva Celia terhadap *brand awareness* Mtoa Indonesia di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan variabel independent yaitu kampanye ( $X_1$ ) dengan *awareness*, *attitude*, dan *action*. Lalu *celebrity endorser* ( $X_2$ ) dengan *visibility*, *credibility*, *attraction*, dan *power*. Pada variabel dependent yaitu *brand awareness* (Y) dengan *brand recognition*, *brand recall*, dan *top of mind*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pada penelitian ini menentukan sampel menggunakan *probability sampling* dengan metode teknik *simple random sampling*. Dengan responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan penulis yaitu analisis data deksriptif, uji normalitas, uji regresi linear berganda, analisis korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil analisis korelasi parsial sebesar 0,400 dan analisis korelasi berganda dengan nilai R sebesar 0,566, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sedang/cukup dan searah dengan kampanye #TellYourDifference dan *celebrity endorser* Eva Celia terhadap *brand awareness* Mtoa Indonesia di Kota Bandung. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji-f dan uji-t didapat hasil bahwa kampanye #TellYourDifference dan *celebrity endorser* Eva Celia memiliki pengaruh terhadap *brand awareness* Mtoa Indonesia. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil f hitung  $>$  f tabel ( $21,729 > 2,36$ ) dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , lalu pada uji-t variabel kampanye didapatkan hasil t hitung  $>$  t tabel ( $2,320 > 1,660$ ) dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan hasil uji-t variabel *celebrity endorser* didapatkan hasil t hitung  $>$  t tabel ( $4,557 > 1,660$ ) dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat pengaruh kampanye #TellYourDifference dan *celebrity endorser* Eva Celia terhadap *brand awareness* Mtoa Indonesia di Kota Bandung. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa kampanye #TellYourDifference dan *celebrity endorser* Eva Celia memiliki pengaruh sebesar 32,03% terhadap *brand awareness* Mtoa Indonesia dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci : Kampanye, Celebrity Endorser, Brand Awareness, Mtoa Indonesia.**