



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH TERPAAN JINGLE IKLAN MASTERCARD
TERHADAP BRAND AWARENESS PADA PENGGUNA MRT
STASIUN SENAYAN**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

MALIKA AURA ADELLYA

223516516300

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS NASIONAL

FEBRUARI, 2026



UNIVERSITAS NASIONAL

**THE INFLUENCE OF MASTERCARD
ADVERTISING JINGLE EXPOSURE ON BRAND
AWARENESS AMONG MRT USERS AT SENAYAN
STATION**

THESIS

**This Thesis is written to fulfill the requirements for
Bachelor Degree in Communication Science (S.Ikom)**

MALIKA AURA ADELLYA

223516516300

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
STUDY PROGRAM OF COMMUNICATION SCIENCES
UNIVERSITAS NASIONAL**

FEBRUARY, 2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Nama : Malika Aura Adellya

NPM : 223516516300

Tanda tangan :

Tanggal : 10 Februari 2026

UNIVERSITAS NASIONAL

SURAT PERNYATAAN KARYA TULIS


UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Akreditasi :

Doktor Ilmu Politik (Unggul) - Doktor Administrasi Publik (Baik)
 Magister Ilmu Politik (A) - Magister Administrasi Publik (A) - Magister Sosiologi (Baik) - Magister Ilmu Komunikasi (Baik)
 Sarjana Ilmu Politik (A) - Sarjana Hubungan Internasional (Baik Sekali) - Sarjana Sosiologi (Unggul)
 Sarjana Administrasi Publik (A) - Sarjana Ilmu Komunikasi (A)

Jl. Sawo Mania No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520 Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext. 146,
 Fax. 7802718-7802719 Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama Mahasiswa : Malika Aura Adellya
 Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516300
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Kekhususan : Periklanan / Advertising

Menyatakan, bahwa skripsi berjudul: **PENGARUH TERPAAN JINGLE IKLAN MASTERCARD DI STASIUN MRT SENAYAN TERHADAP BRAND AWARENESS PADA PENGGUNA MRT STASIUN SENAYAN**

adalah benar karya tulis saya, yang disusun untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Apabila dikemudian hari ditemukan bukti-bukti bahwa skripsi tersebut merupakan hasil Plagiat, atau tidak disusun melalui prosedur yang telah ditentukan atau tidak memenuhi ketentuan yang ditetapkan dalam berita acara ujian skripsi, maka saya bersedia menerima sanksi Pembatalan atas skripsi tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 10 Februari 2026


 Malika Aura Adellya

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI	
Nama Mahasiswa	: Malika Aura Adellya
Nomor Pokok Mahasiswa	: 223516516300
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Kekhususan	: Periklanan / Advertising
Judul Skripsi	: PENGARUH TERPAAN JINGLE IKLAN MASTERCARD DI STASIUN MRT SENAYAN TERHADAP BRAND AWARENESS PADA PENGGUNA MRT STASIUN SENAYAN
Diajukan Untuk	: Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional
Disetujui untuk diujikan Jakarta, 10 Februari 2026	
UNIVERSITAS NASIONAL	

Dosen Pembimbing

Raden Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Swastiningsih, S.E., M.Si

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Malika Aura Adellya
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516300
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Advertising
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Jingle Iklan Mastercard Terhadap Brand Awareness Pada Pengguna MRT Stasiun Senayan
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 11 Maret 2026

Dosen Pembimbing

Raden Daniel Wisnu Wardana, SIP.,
M.F.Tv

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik

Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Malika Aura Adellya

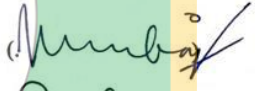
NPM : 223516516300

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Jingle Iklan Mastercard Terhadap Brand Awareness Pada Pengguna MRT Stasiun Senayan

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Penguji 2 / Ketua Sidang: Dr. Drs, Ambia B. Boestam, M.Si. ()

Penguji 1 : Ariandi Putra, S.I.Kom., M.Si. ()

Pembimbing : Raden Daniel Wisnu Wardana, S.IP., MF.Tv ()

UNIVERSITAS NASIONAL

Ditetapkan di : Universitas Nasional

Tanggal : 5 Maret 2026

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Malika Aura Adellya
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516300
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Advertising
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Jingle Iklan
Mastercard Terhadap Brand Awareness
Pada Pengguna MRT Stasiun Senayan

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 5 Maret 2026, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 11 Maret 2026

**Penguji 2 /
Ketua Sidang :** Dr. Drs, Ambia B. Boestam, M.Si.

Penguji 1 : Ariandi Putra, S.I.Kom., M.Si.

Pembimbing : Raden Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv

Keterangan:

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Malika Aura Adellya
 NPM : 223516516300
 Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Prodi & Peminatan : Ilmu Komunikasi & Advertising
 Tanggal Sidang : 5 Maret 2026

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

**Pengaruh Terpaan Jingle Iklan Mastercard Terhadap Brand Awareness Pada
 Pengguna MRT Stasiun Senayan**

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

**The Influence Of Mastercard Advertising Jingle Exposure On Brand Awareness
 Among MRT Users At Senayan Station**

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 11 Maret 2026	TGL : 11 Maret 2026	TGL : 11 Maret 2026
		
Raden Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv	Swastiningsih., S.E., M.Si.,	Malika Aura Adellya

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI



Biro Administrasi Akademik
Universitas Nasional

Kode :BAA/NI-4
Revisi : (8)
Tanggal : 30 Desember 2025

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI/KARYA ILMIAH/TESIS/DISERTASI

Nama : Malika Aura Adellya
NPM : 223516516300
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA:

Pengaruh Terpaan Jingle Iklan Mastercard Terhadap Brand
Awareness Pada Pengguna MRT Stasiun Senayan

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS:

The Influence Of Mastercard Advertising Jingle Exposure On Brand
Awareness Among MRT Users At Senayan Station

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing 1/ Promotor	Pembimbing 2/ Co-Promotor (Wajib ttd jika ada)	Ka. Prodi
TGL : 11 Maret 2026	TGL : 11 Maret 2026	TGL : 11 Maret 2026
 Raden Daniel Wisnu Wardana, SIP., M.F.Tv		 Swastiningsih., S.E., M.Si.,

ABSTRAK

Nama : Malika Aura Adellya
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Judul : Pengaruh Terpaan Jingle Iklan Mastercard Terhadap Brand Awareness Pada Pengguna MRT Stasiun Senayan
 Dosen Pembimbing : Raden Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya penggunaan jingle iklan sebagai unsur audio dalam strategi komunikasi pemasaran yang berfungsi sebagai stimulus untuk meningkatkan brand awareness. Penggunaan jingle iklan Mastercard pada media transportasi publik seperti MRT menjadi upaya strategis dalam memperkuat kesadaran merek melalui rangsangan audio yang didengar secara berulang oleh audiens. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Terpaan Jingle Iklan Mastercard Terhadap Brand Awareness Pada Pengguna MRT Stasiun Senayan. Kajian penelitian ini menggunakan teori *Stimulus–Organism–Response (S-O-R)* untuk menjelaskan pengaruh terpaan jingle iklan terhadap brand awareness. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatori. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 pengguna MRT di Stasiun Senayan Mastercard yang pernah terpapar jingle iklan Mastercard, dengan penentuan sampel menggunakan rumus *Lemeshow* dan teknik *non-probability purposive sampling*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah terpaan jingle iklan Mastercard, sedangkan variabel dependennya adalah brand awareness. Hasil analisis menunjukkan bahwa terpaan jingle iklan Mastercard dan brand awareness pengguna MRT sama-sama berada pada kategori tinggi. Uji hipotesis dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ membuktikan adanya pengaruh signifikan antara terpaan jingle iklan terhadap brand awareness. Nilai koefisien regresi sebesar 0,934 menunjukkan bahwa peningkatan terpaan jingle iklan diikuti oleh peningkatan brand awareness. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 46,8% menunjukkan bahwa brand awareness dipengaruhi oleh terpaan jingle iklan Mastercard sebesar 46,8%, sedangkan 53,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci : Terpaan Iklan, *Brand Awareness*, Jingle Iklan, MRT Senayan, Mastercard.

ABSTRACT

Name : Malika Aura Adellya
Study Program : Communication Science
Title : *The Influence of Mastercard Advertising Jingle Exposure on Brand Awareness among MRT Users at Senayan Station*
Academic Advisor : Raden Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv.

This study is motivated by the importance of advertising jingles as an audio element in marketing communication strategies that function as a stimulus to increase brand awareness. The use of the Mastercard advertising jingle in public transportation media such as the MRT is a strategic effort to strengthen brand awareness through audio stimuli repeatedly heard by audiences. This study aims to determine the extent of the influence of exposure to the Mastercard advertising jingle on brand awareness among users of the Senayan MRT Station. This study applies the Stimulus–Organism–Response (S-O-R) theory to explain the effect of advertising jingle exposure on brand awareness. The research uses a quantitative approach with an explanatory survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 100 MRT users at Senayan Mastercard Station who had been exposed to the Mastercard advertising jingle. The sample was determined using the Lemeshow formula and a non-probability purposive sampling technique. The independent variable in this study is exposure to the Mastercard advertising jingle, while the dependent variable is brand awareness. The results show that both exposure to the Mastercard advertising jingle and brand awareness among MRT users are in the high category. Hypothesis testing shows a significance value of $0.000 < 0.05$, indicating a significant effect of jingle exposure on brand awareness. The regression coefficient value of 0.934 indicates that an increase in jingle exposure is followed by an increase in brand awareness. Meanwhile, the coefficient of determination (R^2) value of 46.8% indicates that brand awareness is influenced by exposure to the Mastercard advertising jingle by 46.8%, while the remaining 53.2% is influenced by other factors outside this study.

Keywords : Advertising Exposure, Brand Awareness, Advertising Jingle, Senayan MRT, Mastercard.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	I
SURAT PERNYATAAN KARYA TULIS	II
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	III
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	IV
HALAMAN PENGESAHAN.....	V
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	VI
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI.....	VII
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI.....	VIII
KATA PENGANTAR.....	IX
ABSTRAK	XI
ABSTRACT	XII
DAFTAR ISI.....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XVII
DAFTAR GAMBAR.....	XX
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Masalah.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.1.1 Research Gap.....	15

2.1.2 Kebaruan Penelitian.....	17
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Stimulus – Organism – Response (SOR).....	17
2.3 Landasan Konsep.....	20
2.3.1 Terpaan Iklan	20
2.3.2 Jingle Iklan	22
2.3.3 Brand Awareness	23
2.4 Kerangka Pemikiran	25
2.5 Hipotesis.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Paradigma Penelitian.....	27
3.2 Pendekatan Penelitian.....	27
3.3 Metode Penelitian.....	28
3.4 Jenis Penelitian	28
3.5 Populasi dan Sampel.....	29
3.5.1 Populasi	29
3.5.2 Sampel	29
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampling.....	31
3.6 Operasionalisasi Variabel.....	31
3.6.1 Terpaan Jingle Iklan Mastercard (X).....	32
3.6.2 Brand Awareness (Y).....	32
3.7 Metode Pengumpulan Data	36
3.8 Instrumen Penelitian.....	37
3.8.1 Uji Validitas.....	37
3.8.2 Uji Reliabilitas	38
3.9 Metode Analisis Data	38
3.9.1 Analisis Deskriptif.....	39
3.9.2 Uji Asumsi Klasik	39
3.9.2.1 Uji Normalitas.....	39

3.9.3.1 Uji Linearitas.....	40
3.9.4 Analisis Inferensial	40
3.9.4.1 Uji Korelasi	41
3.9.4.2 Uji Regresi Linear Sederhana	42
3.9.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
3.9.4.4 Uji T	43
3.10 Lokasi dan Jadwal Penelitian	43
3.10.1 Lokasi Penelitian	43
3.10.2 Jadwal Penelitian	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Penelitian	45
4.1.1 MRT Senayan Mastercard	45
4.2.1 Profil Brand Mastercard	46
4.2 Hasil Uji Instrumen	47
4.2.1 Uji Validitas	47
4.2.2 Uji Reliabilitas	49
4.3 Profil Responden	49
4.3.1 Jenis Kelamin Responden.....	50
4.3.2 Usia Responden	50
4.3.3 Pendidikan Terakhir Responden.....	51
4.3.4 Jenis Pekerjaan Responden.....	51
4.4 Hasil Analisa Data.....	52
4.4.1 Hasil Analisis Deskriptif	52
4.4.4.1 Hasil Analisis Deskriptif Terpaan Jingle Iklan (X).....	52
4.4.4.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Y (<i>Brand Awareness</i>)	66
4.5 Uji Asumsi Klasik	85
4.5.1 Uji Normalitas	85
4.5.2 Uji Linearitas	86
4.6 Analisis Inferensial.....	87

4.6.1 Analisis Koefisien Korelasi	87
4.6.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	88
4.6.3 Uji T.....	89
4.6.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	90
4.7 Pembahasan	91
BAB V PENUTUP.....	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	101



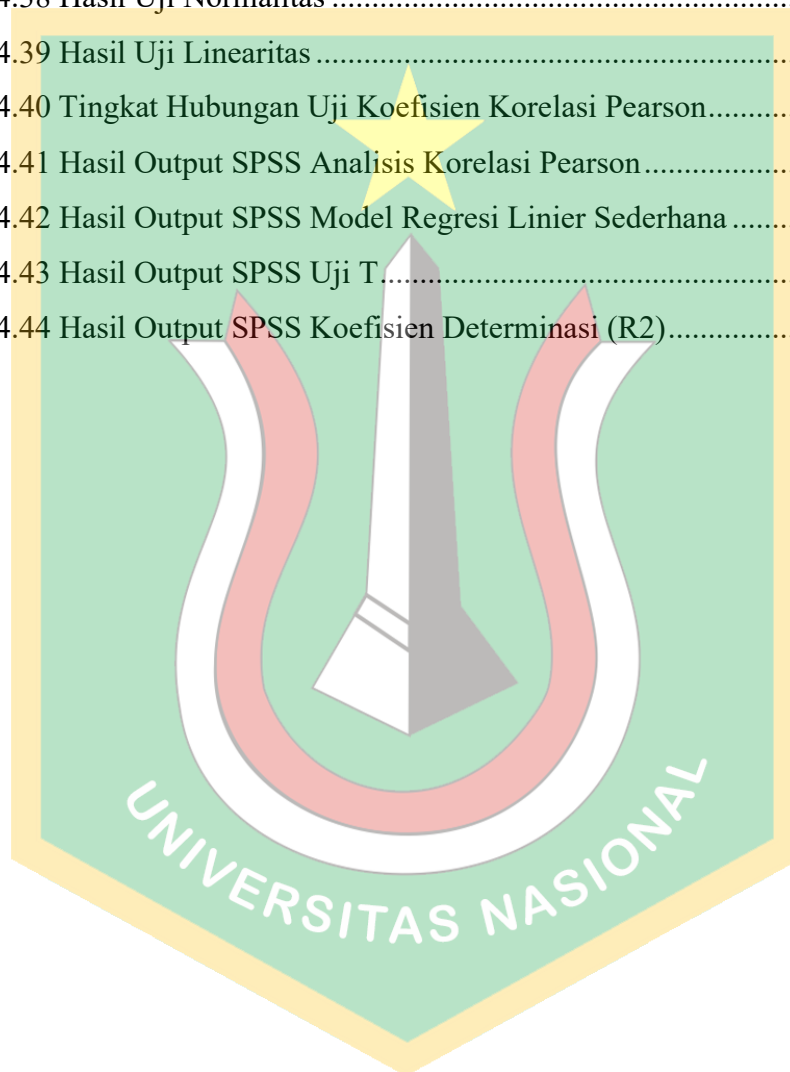
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.2 Skala Likert.....	36
Tabel 3.3 Tingkat Hubungan Korelasi	42
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian.....	44
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	47
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Y	48
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y.....	49
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.6 Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden	51
Tabel 4.7 Karakteristik Jenis Pekerjaan Responden	52
Tabel 4.8 Saya sering mendengarkan Jingle iklan Mastercard ketika kereta berhenti di stasiun Senayan Mastercard.....	53
Tabel 4.9 Jingle iklan Mastercard diperdengarkan lebih dari satu kali setiap saya melewati Stasiun MRT Senayan Mastercard	54
Tabel 4.10 Setiap kali melewati stasiun MRT Senayan Mastercard, saya terpapar jingle iklan Mastercard.....	54
Tabel 4.11 Saat jingle diputar, perhatian saya tertuju pada jingle Mastercard	55
Tabel 4.12 Saya merasa tertarik untuk mendengarkan jingle iklan Mastercard ketika diputar.....	56
Tabel 4.13 Saya tidak mengabaikan jingle iklan Mastercard saat jingle tersebut diputar di MRT Senayan Mastercard	57
Tabel 4.14 Suara jingle Mastercard di dalam MRT cukup jelas sehingga menarik perhatian saya di tengah keramaian	58
Tabel 4.15 Saya mendengarkan Jingle Mastercard dari awal hingga akhir saat turun di stasiun Senayan Mastercard.....	59
Tabel 4.16 Jingle iklan Mastercard diputar dengan durasi yang efektif sehingga tidak mudah terlewatkan	59
Tabel 4.17 Saya tidak melewatkan jingle iklan Mastercard meskipun durasinya singkat	60

Tabel 4.18 Durasi jingle iklan Mastercard yang singkat tetap dapat saya dengarkan dengan jelas	61
Tabel 4.19 Hasil Statistik Deskriptif Variabel X (Terpaan Jingle Iklan Mastercard)	62
Tabel 4.20 Tabel Perhitungan Kategori Variabel X (Terpaan Jingle Iklan Mastercard)	64
Tabel 4.21 Kategori Variabel X (Terpaan Jingle Iklan Mastercard)	66
Tabel 4.22 Saya baru pertama kali mengetahui adanya jingle iklan Mastercard setelah mendengarnya di MRT Senayan Mastercard	66
Tabel 4.23 Sebelum mendengar jingle di MRT Senayan, saya tidak menyadari bahwa Mastercard memiliki jingle iklan	67
Tabel 4.24 Sebelum terpapar jingle di MRT Senayan, saya tidak pernah memperhatikan promosi berbasis audio dari merek Mastercard di ruang publik ..	68
Tabel 4.25 Hanya dengan mendengar beberapa nada awal, saya dapat mengenali jingle Mastercard	70
Tabel 4.26 Saya dapat membedakan jingle Mastercard dengan audio merek lain di area MRT Senayan Mastercard	70
Tabel 4.27 Instrument jingle Mastercard di MRT Senayan membuat saya langsung mengenali merek Mastercard	71
Tabel 4.28 Setelah mendengar jingle Mastercard, merek Mastercard muncul dalam ingatan saya saat memikirkan kartu pembayaran	73
Tabel 4.29 Jingle Mastercard yang diputar di Stasiun MRT Senayan Mastercard memperkuat ingatan saya terhadap merek Mastercard	73
Tabel 4.30 Jingle Mastercard di MRT Senayan Mastercard membantu saya mengingat merek Mastercard meskipun tidak sedang melihat logonya	74
Tabel 4.31 Saya tetap dapat mengingat merek Mastercard setelah mendengar jingle tersebut, meskipun jinglenya sudah tidak diputar	75
Tabel 4.32 Paparan jingle di MRT Senayan membuat merek Mastercard lebih dominan di ingatan saya dibanding merek kartu pembayaran lainnya	76
Tabel 4.33 Paparan jingle di MRT Senayan membuat merek Mastercard lebih dominan di ingatan saya dibanding merek kartu pembayaran lainnya	77

Tabel 4.34 Mastercard adalah merek yang paling cepat muncul dalam benak saya ketika memikirkan kategori kartu pembayaran setelah mendengar jingle

Mastercard.....	78
Tabel 4.35 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Y (Brand Awareness)	79
Tabel 4.36 Tabel Perhitungan Kategori Variabel Y (Brand Awareness).....	82
Tabel 4.37 Kategori Variabel Y (Brand Awareness)	84
Tabel 4.38 Hasil Uji Normalitas	85
Tabel 4.39 Hasil Uji Linearitas	86
Tabel 4.40 Tingkat Hubungan Uji Koefisien Korelasi Pearson.....	87
Tabel 4.41 Hasil Output SPSS Analisis Korelasi Pearson.....	88
Tabel 4.42 Hasil Output SPSS Model Regresi Linier Sederhana	88
Tabel 4.43 Hasil Output SPSS Uji T.....	89
Tabel 4.44 Hasil Output SPSS Koefisien Determinasi (R^2).....	90



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Jakarta Kabupaten Kota.....	2
Gambar 1.2 Rute MRT Jakarta	2
Gambar 1.3 Pengguna Jaringan Kartu Merek Global di Seluruh Dunia.....	3
Gambar 1.4 Perkembangan Jumlah Perjalanan dan Jumlah Penumpang Mass Rapid Transit (MRT) Jakarta, 2023-2025.....	5
Gambar 1.5 Komentar TikTok dalam postingan trend jingle Senayan Mastercard.....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4.1 Stasiun MRT Senayan Mastercard.....	45
Gambar 4.2 Logo Mastercard	46

