

## Abstrak

Perkembangan teknologi yang semakin maju memicu banyak perusahaan untuk mempromosikan produknya. Tingginya pertumbuhan internet di Indonesia menyebabkan munculnya iklan-iklan *online* yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan produknya. Pelanggan yang melihat iklan *online* tersebut sudah mengenal ekuitas merek iklan yang dilihatnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur iklan *online* naratif Nike *Just Do It Greece* di Youtube terhadap ekuitas merek di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif dan dengan metode penelitian kuantitatif, dengan menggunakan teknik sampling probability. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Uji regresi linier sederhana diperoleh  $Y = 21,425 + 0,117 X$   $Y = 9,654 + 0,896 X$ . Iklan naratif terhadap ekuitas merek adalah sebesar 42,7%, selebihnya 57,3% (100% - 42,7%) dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata Kunci : Iklan Naratif, Ekuitas Merek.