

## ABSTRAKS

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh kualitas komunikasi pemasaran terhadap brand awareness dengan pemilihan media, intensitas penayangan media, dan daya tarik pesan pada media sebagai variabel independen. Pikatan Waterpark ialah objek wisata unggulan di Temanggung yang harus meningkatkan upaya komunikasi pemasaran untuk membangun brand awareness sebagai upaya memperkenalkan Pikatan Waterpark di Jawa Tengah.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah masyarakat dengan kriteria mengetahui Pikatan Waterpark dengan mengambil sampel *purposive non-probability* sebanyak 100 responden. Responden mengisi kuesioner yang selanjutnya diolah menggunakan analisis regresi berganda pada software SPSS.

Hasil dari penelitian ini ialah pemilihan media, intensitas penayangan media, dan daya tarik pesan pada media memiliki pengaruh positif terhadap kualitas komunikasi pemasaran. Sedangkan kualitas komunikasi pemasaran memiliki pengaruh positif terhadap brand awareness. Dari ketiga variabel independen, variabel daya tarik pesan pada media memiliki pengaruh terbesar kepada kualitas komunikasi pemasaran.

**Kata kunci :** Pemilihan Media, Intensitas Penayangan Media, Daya Tarik Pesan pada Media, Kualitas Komunikasi Pemasaran, Brand Awareness.