

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah daya tarik pesan iklan, penggunaan media iklan, daya tarik promosi penjualan berpengaruh terhadap Kesadaran Merek. Permasalahan penelitian dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kesadaran merek.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Populasi yang digunakan adalah mahasiswa Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Sampel penelitian ini adalah 100 mahasiswa yang mengetahui iklan Indomaret dan diambil secara *accidental sampling*. Pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media iklan, dan daya tarik promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran merek. Sedangkan daya tarik pesan iklan tidak signifikan terhadap kesadaran merek Indomaret. Selain itu, diperoleh hasil bahwa penggunaan media iklan memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kesadaran merek. Maka untuk dapat meningkatkan kesadaran merek dapat dilakukan dengan pendekatan dua buah variabel, yaitu dengan penggunaan media iklan dan daya tarik promosi penjualan.

Kata kunci : Daya Tarik Pesan Iklan, Penggunaan Media Iklan, Daya Tarik Promosi Penjualan dan Kesadaran Merek