

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat capaian *brand awareness* Apple melalui *promotional tools* pada masyarakat Surabaya, merek Apple baru mencapai tahap kesadaran merek dalam elemen ekuitas merek, belum sampai pada tahap konsumsi atau loyalitas. Maka, tingkat capaian *brand awareness* Apple dalam penelitian ini menggunakan empat variabel atau indikator-indikator, yaitu *unaware of brand*, *brand recognition*, *brand recall*, dan *top of mind*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya, yang berusia lebih dari 17 tahun. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* dengan jumlah 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji deskriptif.

Hasil yang dicapai dalam penelitian ini adalah tingkat capaian *brand awareness* apple melalui *promotional tools* masyarakat Surabaya lebih banyak berada pada kategori sedang dan tinggi, serta tidak ada tingkat capaian *brand awareness* apple melalui *promotional tools* masyarakat Surabaya yang masuk kategori rendah.

Keywords : brand awareness, promotional tools, apple

ABSTRACT

This study aims to determine the level of achievement of Apple's brand awareness through promotional tools on people in Surabaya, brand new Apple reached the stage of brand awareness in brand equity elements, not yet reached the stage of consumption or loyalty. Thus , the level of achievement of Apple's brand awareness in this study using four variables or indicators, that is unaware of the brand, brand recognition, brand recall, and top of mind .

This study used quantitative research methods with descriptive type. The population in this study is people in Surabaya, aged more than 17 years. Sampling technique in this study is the non- probability sampling method with accidental sampling technique with 100 respondents. Engineering data analysts in this study using validity, reliability test and descriptive test.

The results achieved in this research is the achievement level of brand awareness through promotional tools apple Surabaya more people are in the category of medium and high , and there is no level of achievement apple brand awareness through promotional tools Surabaya people are categorized as low.

Keywords : brand awareness, promotional tools, apple