

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara umum mengenai *Advertising* dan *Brand Awareness* pada Tokopedia. Berdasarkan analisis yang dilakukan penelitian untuk variable *Advertising* dalam *unexpected* lebih ditingkatkan lagi agar konsumen lebih tertarik dalam keunikan dalam menyampaikan informasinya serta dapat diingat oleh konsumen dan kepercayaan konsumen yang harus dapat dijaga oleh perusahaan Tokopedia dan selalu menginformasikan kepada konsumen bila mana ada produk baru yang dikeluarkan oleh Tokopedia maupun menginformasikan secara langsung kepada pelanggan.

Dari hasil penelitian bahwa pengaruh *Advertising* terhadap *Brand Awareness* berpengaruh besar hanya sebesar 1,23% oleh karena itu sebaiknya perusahaan Tokopedia lebih memperbaiki lagi *Brand Awareness* sehingga dapat meningkatkan penjualan terhadap kosumen.

Kata kunci : *Advertising, Ekuitas Merk, Brand Awereness.*