



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Jurusan *Marketing Communication & Advertising*

**Nama** : **Elin Marlina**  
**Nim** : **44308110003**  
**Judul** : **TINGKAT BRAND AWARENESS (KESADARAN MEREK) KHALAYAK MENGENAI BRAND ALFAMIDI**  
**Bibilografi** : **29 Buku + 5 Internet + 1 Wawancara Narasumber) – Daftar Pustaka (1955 – 2002)**

### **ABSTRAKSI**

Tingkat Brand Awareness (Kesadaran Merek) Khalayak Mengenai Brand Alfa Midi ( study kuantitatif deskriptif brand awareness masyarakat Perumahan Tanjung Duren Utara RW04 mengenai Brand Alfa Midi tahun 2012)

Pentingnya meneliti Brand Awareness karena awareness merupakan dapat memberikan nilai tersendiri dimata pelanggan, sehingga pelanggan dapat menafsirkan, memproses dan menyimpan informasi yang terkait dengan produk dan merek tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesedaran merek masyarakat perumahan Tanjung Duren Utara RW 04 mengenai Brand Alfa Midi.

Penelitian ini mengacu pada teori tentang tingkatan Brand Awareness yang diungkapkan oleh Darmadi Durianto, Sugiarto dan Tony Sitinjak, Yaitu Top Of Mind, Brand Recall, Brand Recognition dan Unware Brand.

Penelitian yang digunakan adalah Survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari salah satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat RW 04 Perumahan Tanjung Duren Utara yang masuk dalam kategori dewasa usia 25 – 40 tahun. Dari populasi tersebut didapat sampel sebesar 94 responden. Dan penyebaran kuesioner dilakukan pada tanggal 21 Desember 2012. Metode yang digunakan dalam penelitian ini , adalah dengan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif yang ditujukan untuk memperlihatkan mengapa sesuatu terjadi dengan menganalisa hubungan antara berbagai aspek dari suatu gejala, tidak mencari atau menjelaskan hubungan dan tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi karena sifatnya memaparkan keadaan realitas. Salah satu tujuan dari penelitian deskriptif adalah mengumpulkan informasi aktual secara rinci.

Dari Hasil Penelitian didapat tingkat kesadaran merek khalayak mengenai Brand Alfa Midi adalah bahwa dari 94 responden sebanyak 21 responden dengan nilai persentase 22,3 % yang menyebutkan toko swalayan Alfa Midi sebagai toko swalayan yang pertama kali diingat. Dari hasil ini dapat dilihat bahwa pada tahapan Top Of Mind toko swalayan Alfa Midi menduduki peringkat ke tiga.

**Kata Kunci** : *Brand awareness, Top of Mind, Brand Recall, Brand Recognition, Unware Brand*