

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai Analisa Perbandingan Citra Merek Keju KRAFT dan ANCHOR Dalam Persepsi Konsumen di Jakarta. Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi konsumen terhadap keju Kraft dengan Anchor dan citra merek manakah yang lebih tinggi persepsinya di mata konsumen dengan tujuan penelitian ini adalah untuk memahami serta menganalisa perbandingan citra merek pada produk Kraft dan Anchor dalam persepsi konsumen di Jakarta.

Hasil penelitian yang diperoleh bahwa terdapat perbedaan citra merek antara keju Kraft dan Anchor. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Produk Keju Kraft memiliki citra merek yang lebih baik dibandingkan dengan keju Anchor berdasarkan persepsi responden. Hal ini perlu menjadi perhatian bagi Produsen Keju Anchor untuk berusaha meningkatkan citra positif produk keju Anchor tersebut melalui berbagai strategi pemasaran yang dikemas sesuai dengan karakteristik yang menjadi target marketnya.

Penulis,

Kiswantari Kristina
NIM: 43109110110