



MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

ABSTRAKSI

AFANI AYUB (44308010021)

“Tingkat Brand Awareness (Kesadaran Merek) Terhadap Kartu Seluler terhadap Mahasiswa FIKOM UMB ANGKATAN 2009 & 2010”

Axis (Survey

Pentingnya meneliti brand awareness, karena awareness merupakan aset yang dapat memberikan nilai tersendiri dimata pelanggannya. Aset yang dikandungnya dapat membantu pelanggan atau calon konsumen dalam menafsirkan, memproses, dan menyimpan informasi yang terkait dengan produk dan merek tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesadaran merek mahasiswa FIKOM UMB angkatan 2009 & 2010 terhadap kartu seluler Axis.

Penelitian ini mengacu teori tentang tingkatan brand awareness yang diungkapkan oleh Darmadi Durianto, Sugiarto dan Tony Sitinjak, yaitu Top of Mind, Brand Recall, Brand Recognition dan Unaware Brand.

Metode penelitian yang digunakan adalah survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FIKOM UMB angkatan 2009 & 2010 yang masuk dalam kategori remaja usia 18-23 tahun. Dari populasi tersebut didapat sampel sebesar 93 responden. Dan penyebaran kuesioner dilakukan pada tanggal 13 juni 2012.

Hasil penelitian menunjukkan tingkat kesadaran merek khalayak terhadap kartu seluler GSM Axis adalah bahwa dari 93 responden sebanyak 10 responden (10,8%) yang menyebutkan Axis sebagai kartu seluler GSM yang pertama kali diingatnya. Dari hasil ini dapat dilihat bahwa pada tahapan Top of Mind Axis menduduki posisi keempat.