

ABSTRAKSI

Andi Satria Nugraha (04303-067)

“Tingkat Kesadaran Merek (Brand Awareness) Kartu Seluler GSM IM3 Terhadap Khalayak (Warga Tebet Utara, Jakarta Selatan)”

vi+ 68 Halaman ; 5 lampiran ; 15 Bibliography ; 2 Website

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 berada di posisi mana tingkat kesadaran khalayak terhadap merek kartu seluler GSM IM3.

Penelitian ini beracuan pada kerangka teori David A Aeker tentang tingkatan brand awareness, yaitu Unaware of Brand, Brand Recognition, Brand Recall, dan Top of Mind.

Metode penelitian yang digunakan adalah survei, yaitu penelitian yang mengambil sample dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga Tebet Utara yang masuk dalam kategori remaja usia 15-25 tahun. Dari populasi tersebut didapat sampel sebesar 97 responden. Dan penyebaran kuesioner dilakukan pada 12 Juli 2010.

Hasil penelitian mengenai tingkat kesadaran merek khalayak terhadap kartu seluler GSM IM3 adalah bahwa dari 97 responden sebanyak 53 responden (55%) yang menyebutkan IM3 sebagai kartu seluler GSM yang pertama kali diingatnya. Dari hasil ini dapat dilihat bahwa IM3 yang menduduki posisi Top of Mind dalam benak konsumen.