

ABSTRAK

MIFTAHUL JANNAH. NIM 2017176108. Analisis Brand Awareness (Kesadaran Merek) Terhadap Produk Makanan Olahan Cedeo Dibawah Bimbingan Ibu Ni Luh Made Vinaya Medhiantika,SE.MM..

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) terhadap Produk Makanan olahan CEDEA. Brand Awareness merupakan langkah awal untuk membangun sebuah merek produk. Dimensi Brand Awareness merupakan pengklasifikasian konsumen berdasarkan piramida Brand Awareness yaitu tidak menyadari merek (Unaware Of Brand), pengenalan merek (Brand Recognition), pengingatan kembali terhadap merek (Brand Recall), puncak pikiran (Top Of Mind). penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesadaran merek pada produk makanan olahan CEDEA.

Penelitian ini menggunakan 102 responden sebagai sampel penelitian dan teknik pengumpulan sampel menggunakan metode Deskriptif, yang dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang dikelilingi oleh penggambaran keadaan subjek dan objek penelitian. Data disajikan dalam bentuk tabel dengan angka-angka persentase dilengkapi dengan deskripsi. Dari hasil analisa didapat bahwa dalam 4 dimensi *Brand awareness* dihasilkan rata-rata sebesar 3,35 yakni setuju dimana tingkat kesadaran merek (*brand awareness*) terhadap produk makanan olahan Cedeo baik. Hal tersebut dibuktikan untuk nilai tertinggi pada pernyataan *Fish ball*, *Dumpling cheese* dan *Steamboat* merupakan varian dari produk Cedeo dengan nilai rata-rata 3,77 yakni Setuju. Brand CEDEA bukan menjadi top of mind dalam pemilihan produk frozen food dimana ketika responden diminta untuk menyebutkan merek frozen food maka Cedeo adalah merek yang pertama kali muncul dalam benak saya memiliki nilai terendah 2,82 yakni Tidak Setuju.

Kata kunci : *Brand Awareness*

ABSTRACT

MIFTAHUL JANNAH. NIM 2017176108. Analysis of Brand Awareness of Cedeo Processed Food Products Under the Guidance of Mrs.Ni Luh Made Vinaya Medhiantika,SE.MM

This research was conducted to examine Brand Awareness of Cedeo processed food products. Brand Awareness is the first step to build a product brand. The Brand Awareness dimension is a classification of consumers based on the Brand Awareness pyramid, namely unaware of the brand (Unaware of Brand), Brand Recognition, Brand Recall, Top Of Mind. This study aims to determine brand awareness of Cedeo processed food products.

This study used 102 respondents as the research sample and the sample collection technique used the descriptive method, which can be interpreted as a problem-solving procedure surrounded by a description of the state of the subject and object of research. The data is presented in tabular form with percentage figures accompanied by descriptions. From the results of the analysis, it was found that in the 4 dimensions of Brand Awareness, an average of 3,35 was produced, which is agree where the level of brand awareness of Cedeo processed food products is good. This is evidenced by the highest score in the statement Fish Ball, Dumpling Cheese and steamboat are variants of Cedeo product with an average value of 3,77, namely Agree The Cedeo brand is not the top of mind in the selection of frozen food products where when respondents are asked to name the frozen food brand, Cedeo is the first brand that comes to mind with the lowest score of 2,82, namely Disagree.

Keywords: Brand Awareness