

ABSTRAK

PENGUKURAN *BRAND AWARENESS* PADA ES TEH INDONESIA CABANG KEDATON BANDAR LAMPUNG

Oleh

Nopelian Sanjaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengukuran *Brand Awareness* Pada Es Teh Indonesia Cabang Kedaton Bandar Lampung Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian ini jumlah kuesioner yang disebarakan sebanyak 100 kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis diskriptif, yaitu metode yang menganalisis satu atau lebih variabel tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan (kuesioner/angket) dimana *Top Of Mind*, *Brand Recall*, *Brand Recognition*, *Brand Unaware*. Setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda.

Kata Kunci : *Top Of Mind*, *Brand Recall*, *Brand Recognition*, *Brand Unaware*

ABSTRACT

BRAND AWARENESS MEASUREMENT ON ES TEH INDONESIA KEDATON BANDAR LAMPUNG BRANCH

By:

Nopelian Sanjaya

The purpose of this research was to measure the es teh Indonesia's brand awareness. This research was quantitative and descriptive. The population was Kedaton residents. The sampling method was nonprobability sampling with a purposive sampling technique. The respondents were 100 people. The data was analyzed by descriptive analysis, which is a method that is used to analyze one or more variables without making a comparison or connecting each variable. The operational variables arranged in question were Top Of Mind, Brand Recall, Brand Recognition, and Unaware of Brand. Each item in the questionnaire has five answers with different scores. The research result stated that the majority were on brand recognition.

Keywords: *Top Of Mind, Brand Recall, Brand Recognition, Unaware of Brand.*