

Analisis tingkat kesadaran merek berdasarkan enam kriteria elemen merek (studi kasus mengenai Pokka green tea di Jakarta) = Analysis of brand awareness based on six criteria of brand elements (case study of Pokka green tea in Jakarta)

Marselinus Ferdinand Pranoto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20281280&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas mengenai tingkat kesadaran merek konsumen akan produk Pokka Green Tea, sebuah minuman teh hijau siap minum yang beredar di pasar Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meninjau sejauh mana strategi pemasaran perusahaan khususnya mengenai brand positioning sudah tepat sasaran atau belum. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif dengan program Statistical Package for Social applications Science (SPSS). Hasil dari penelitian ini menyarankan agar perusahaan meninjau kembali strategi brand positioning produk dan meningkatkan kegiatan pemasaran Pokka Green Tea untuk meningkatkan kesadaran merek konsumen.

.....The focus of this study is to analyze the level of consumers' brand awareness of Pokka Green Tea, which is one of ready-to-drink green tea beverages in Indonesia. The objective of this study is to observe how far the company's marketing strategy especially brand positioning is already right or not. This study is a quantitative study with questionnaires and analyzed using descriptive statistic method with Special Package for Social application Science (SPSS) program. The result of this study suggests the company to change the Pokka's brand positioning strategy and increases its marketing activities to increase its brand awareness.