

Pengaruh iklan Okezone.com di media cetak terhadap brand awareness = The effect of Okezone.com advertisement in printed media to create brand awareness

Mutiara Windalita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20330700&lokasi=lokal>

Abstrak

Kesadaran merek bukan hanya mengenal sebuah merek namun juga mengetahui seberapa dalam konsumen dapat melakukan pengingatan kembali sampai menjadi puncak pikiran. Dalam menumbuhkan kesadaran merek dibutuhkan promosi, salah satunya iklan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang ada dalam pemasangan iklan di media cetak terhadap pembentukan kesadaran merek. Populasi yang digunakan untuk penelitian ini adalah pengunjung Seven Eleven Tebet, Jakarta. Berdasarkan hasil penelitian ini, digambarkan besar pengaruh iklan terhadap pembentukan brand awareness sebanyak 21%. Sedangkan faktor lain yang menjadi pendukung utama pembentukan brand awareness dihasilkan dari media broadcast, yaitu televisi dan radio.

.....Brand Awareness is not only about knows the brand but to know how people can make recall of the brand until reach top of mind, the highest level of brand awareness. Advertising is one of promotion tools to enhance brand awareness. The objective of this research to analyze the effect of advertisement in printed media to create brand awareness. This research distributed questionnaire to 100 respondents. The population for this research were Seven Eleven Tebet Visitor, Jakarta. Regarding on this research, it described there is a influence of advertisement toward the establishment of brand awareness for 21%. Meanwhile, another supporting factors which became the main factor on the establishment of brand awareness were generated from television and radio.