

Strategi pembangunan kesadaran merek pada UMKM bakso 2 nyonya = Brand awareness development strategy on MSME bakso 2 nyonya

Maydhani Arnia Eka Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423257&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini membahas tentang upaya membangun suatu kesadaran merek pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Bakso 2 Nyonya yang sejalan dengan tujuan utamanya yakni agar mereknya dapat lebih dikenal di masyarakat. Bakso 2 Nyonya menggunakan strategi biaya rendah dalam operasionalnya yang membuat pembangunan kesadaran merek kepada masyarakat lebih berfokus pada hal-hal yang tidak banyak mengeluarkan biaya serta efisien. Melalui pemasaran dengan penetrasi internet, perusahaan dapat membangun kesadaran merek Bakso 2 Nyonya di segmen pasar yang ingin diraihinya.

ABSTRACT

This thesis discusses the effort to build a brand awareness of a Micro Small and Medium Enterprises (MSME) Bakso 2 Nyonya with a main goal that the brand will be better known in the community. Bakso 2 Nyonya is using low cost strategies in its operations that make building brand awareness to the community is more focused on things that do not spend a lot of cost and efficiency. Through marketing with internet penetration, the company can build brand awareness in its market segment.