

Pengaruh identitas merek terhadap kesadaran merek produk kopi bubuk instan Luwak Ice Koffie = The effect of brand identity on brand awareness instant coffee product Luwak Ice Koffie

Adila Tiara Sulistyaningrum, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20458246&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan industri semakin kompetitif ditandai dengan banyaknya merek dan produk yang beredar. Banyaknya merek yang muncul membuat kesadaran merek konsumen menjadi rendah, terutama untuk barang komoditi karena pemain untuk pasar ini relatif banyak dan produk yang dihasilkan juga memiliki karakteristik yang serupa. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh identitas merek terhadap kesadaran merek suatu produk. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan instrumen kuesioner kepada 100 orang responden di Jabodetabek serta dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas merek memiliki pengaruh terhadap kesadaran merek dan dimensi kemasan mempunyai pengaruh paling besar terhadap kesadaran merek.

.....Industrial competition more competitive characterized by many brand and product circulating. Many brands that appear make brand awareness buyer is low, especially for goods commodities in this market relatively big and product resulted having the same characteristic. The objective of this study is to analyze the effect of brand identity on brand awareness product. This study is used quantitative approach with the questionnaire as instrument to 100 respondents in Jabodetabek and analyzed using multiple regression. This research show that brand identity have the effect on brand awareness and dimension packaging have most leverage on brand awareness.