

**Pengaruh brand identity terhadap brand awarness (studi pada nike) =
The effect of brand identity toward brand awareness (study on nike)**

Fahmie Rahman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20386045&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan di industri yang semakin kompetitif dan tersaturasi membuat perusahaan semakin sulit untuk membedakan dirinya dengan perusahaan lain dan masuk ke benak konsumen sehingga dibutuhkan identitas merek untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap merek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan brand identity terhadap brand awareness dalam sebuah perusahaan. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian serta menggunakan 100 mahasiswa FISIP UI sebagai sampel penelitian dan menggunakan analisa deskriptif dan regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan brand identity memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap brand awareness.

.....Competition in industry have become more competitive and saturated. This condition make it harder for company to differentiate itself in the competition and getting into the consumer mind. Company need brand identity to increase consumer awareness towards company brand. The objective of this study is to analyze the effect of brand identity toward brand awareness on a company. This study used quantitative approach with questionnaire as research instrument and 100 sample from FISIP UI student. This study result indicated that brand identity have a really strong effect toward brand awareness.