


ANALISIS *BRAND AWARENESS* PRODUK PADA PT PERKEBUNAN TAMBI WONOSOBO

Agung Abdillah Puji Anggono

Abstrak

PT Perkebunan Tambi merupakan perusahaan perkebunan sekaligus perusahaan pengolahan teh. Teh tambi masih sedikit diminati oleh orang Indonesia hal itu terlihat dari penjualan Teh Tambi pangsa pasarnya lebih banyak ke luar negeri, dengan perbandingan 70% Ekspor dan 30% pasar lokal dalam negeri. Pentingnya sebuah produk dalam memenangi persaingan adalah kesadaran merek atau *brand awareness*. Dari kasus tersebut penulis tertarik untuk menganalisis brand awareness produk Teh Tambi dengan indikator *Recall*, *Recognition*, *Purchase* dan *Consumption*. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan tingkat *Brand awareness* dari produk Teh Tambi, konsumen belum dapat mengenali atau mengingat teh tambi, ditunjukkan dengan nilai analisis rata-rata hitung dari produk Teh Tambi dengan rata-rata 2,45.

Kata Kunci: *Brand Awareness*



08/108 '24

ANALYSIS OF PRODUCT BRAND AWARENESS AT PT PERKEBUNAN TAMBI WONOSOBO

Agung Abdillah Puji Anggono

Abstract

PT Perkebunan Tambi is a plantation company as well as a tea processing company. Tambi tea is still of little interest to Indonesians. This can be seen from the market share of Tambi Tea. Mostly the products are sold overseas, with a ratio of 70% of exports and 30% of the domestic local market. The importance of a product in winning competition is brand awareness. From this case, the author is interested in analyzing the brand awareness of Teh Tambi products using Recall, Recognition, Purchase and Consumption indicators. Based on the results of the research and discussion above, it can be concluded that the level of brand awareness of Teh Tambi products, consumers have not been able to recognize or remember tambi tea, indicated by the calculated average analysis value of Tambi Tea products with an average of 2.45.

Keywords: Brand Awareness