

ANALISIS TINGKAT *BRAND AWARENESS* MENURUT PERSEPSI KONSUMEN PADA JOGJA T-SHIRT OMAH OBLONG

Anisa Hidayanti

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai analisis tingkat *brand awareness* menurut persepsi konsumen pada Jogja T-shirt Omah Oblong. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Jogja T-shirt Omah Oblong. Dengan jumlah populasi yang tidak diketahui. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 96 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik sampel *purposive sampling*. Merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Pengujian statistik yang digunakan adalah analisis uji validitas, uji reliabilitas, dan *arithmetic mean*. Dari uji validitas r hitung $> r$ tabel. Sehingga seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid dan dari uji reliabilitas adalah $> 0,70$ digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dapat dikatakan reliabel. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa tingkat *brand awareness* pada Jogja T-Shirt Omah Oblong memperoleh nilai rata-rata hitung sebesar 3,54 yang dinyatakan pada kategori setuju atau baik.

Kata Kunci: *Brand Awareness*

2021/10/25
R

***ANALYSIS OF THE LEVEL OF BRAND AWARENESS ACCORDING TO
CONSUMER PERCEPTIONS ON JOGJA T-SHIRT OMAH OBLONG***

Anisa Hidayanti

Abstract

This study aims to analyze the level of brand awareness according to consumer perceptions of Jogja T-shirt Omah Oblong. The population in this study consisted of all consumers of Jogja T-shirt Omah Oblong, of an unknown size. The sample in this study was 96 respondents. The sampling technique used in this study employed a non-probability sampling approach, specifically a purposive sampling technique. It is a sampling technique that does not provide equal opportunities to each member of the population when they are selected as a sample. The data collection technique involved administering a questionnaire. The statistical tests used are validity test analysis, reliability test, and arithmetic mean. From the validity test, $r_{count} > r_{table}$. All instruments used in this study are valid, and the reliability test results are greater than 0.70, indicating that the research variables can be considered reliable. This study concludes that the level of brand awareness at Jogja T-Shirt Omah Oblong obtained a calculated average value of 3.54, which falls within the agreeable or good category.

Keywords: Brand Awareness