

PENGUKURAN KESADARAN KONSUMEN TERHADAP MEREK MADU DI PT SUHITA LEBAH INDONESIA

Oleh

Dewi Lestari

RINGKASAN

PT Suhita Lebah Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang usaha budidaya lebah yang menghasilkan madu murni. Permasalahan yang terjadi yaitu produk madu pendatang baru dan pangsa pasar terbatas. Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk (1) Mengetahui karakteristik konsumen madu Suhita serta (2) Mengukur tingkat kesadaran konsumen terhadap merek madu Suhita berdasarkan piramida *brand awareness*. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan metode kuantitatif. Hasil analisis dan pembahasan bahwa kesadaran konsumen terhadap merek madu Suhita berdasarkan piramida *brand awareness* yaitu: Karakteristik responden madu Suhita diketahui berdasarkan kuesioner dapat digolongkan berdasarkan variabel demografi yaitu jenis kelamin yang paling banyak mengkonsumsi madu Suhita adalah perempuan sebanyak 54% dengan alasan untuk kecantikan, mengurangi rasa sakit pada saat haid dan untuk kesehatan, usia/umur responden madu Suhita adalah >22 tahun, alamat tempat tinggal responden didominasi di kota Bandar Lampung, dan jenis pekerjaan meliputi pegawai negeri, swasta, pelajar/mahasiswa, lain-lain (petani, karyawan, buruh). Hasil pengamatan didapat bahwa posisi merek madu Suhita berada pada pengenalan merek (*brand recognition*), yang dibuktikan dengan kuatnya *brand recognition* produk Suhita di benak responden (56%). Produk ini berada pada tingkat *brand recognition* dikarenakan merek madu Suhita merupakan pendatang baru, akses konsumen dalam menemukan madu Suhita masih sulit, dan pengenalan produk untuk tingkat desa yang belum terealisasi.