

ABSTRAK

Seni Nurlaeli: Strategi *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Minyak Goreng Bimoli Dikalangan Ibu-ibu Persistri Cabang Dayeuhkolot).

Minyak goreng merupakan minyak hasil pengolahan yang telah dimurnikan. Salah satu minyak goreng yang sering digunakan adalah minyak kelapa sawit. PT. Salim Ivomas Pratama (SIM) Tbk., merupakan salah satu industri pengelola minyak goreng pertama yang terbesar di Indonesia hasil produksi utama berupa minyak goreng kelapa sawit dengan merek (BIMOLI).

Menurut Kotler (dalam Krystia 2012) Citra Merek adalah persepsi konsumen terhadap perusahaan atau produknya. Menurutnya Citra tidak dapat ditanamkan dalam pikiran konsumen dalam semalam atau di sebarakan melalui satu media saja. Jiptono dalam bukunya yang berjudul "Brand Management & Strategy" (2005) menjelaskan bahwa kesadaran merek (brand awareness) adalah kemampuan konsumen untuk mengenali atau mengingat bahwa sebuah merek merupakan anggota dari kategori produk tertentu. Keputusan Pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative dan memilih satu diantaranya pada intinya, pengambilan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan atau lebih perilaku alternative dan memilih salahsatu diantaranya karena keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan.

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian pada pengguna minyak goreng bimoli dikalangan ibu-ibu persistri cabang Dayeuhkolot.

Metoda yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metoda penelitian kuantitatif, dengan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dari populasi sebanyak N=323, diambil sebanyak 23% (76 orang) dengan menggunakan metoda simple random sampling untuk dijadikan subjek penelitian. Metoda pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala brand image yang terdiri dari 14 item, skala brand awareness 10 item dan skala keputusan pembelian sebanyak 12 item.