

**PENGARUH PERIKLANAN TERHADAP KESADARAN MAHASISWA
ATAS MEREK UNIVERSITAS NEGERI PADANG (UNP)**

*influence of advertising on students awareness to brands of
Padang State University (UNP)*

Yunia Wardi

Doktor Ilmu Ekonomi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Padang, Kampus UNP Air Tawar Padang, Sumatera Barat

Abstract

This study aims to analyze: (1) the effects of the advertising by using newspaper, the advertising by using banner, and the advertising by using leaflet/brochure toward the student's awareness on UNP brand. The research sample size is 300 UNP's students. The sample taking used the Proportional Cluster Random Sampling Method. This analysis used Statistical Test of Multiple Linier Regression. The results of this research reveal that the advertising by using newspaper, the advertising by using banner, and the advertising by using leaflet/brochure simultaneously significantly affect the student's awareness on UNP brand and partially the advertising by using banner and the advertising by using leaflet/brochure significantly affect the student's awareness on UNP brand but the advertising by using newspaper is not significant at $\alpha = 0.05$.

Key Words : Advertising, brand awareness

PENDAHULUAN

Universitas Negeri Padang (UNP) merupakan salah satu perguruan tinggi pemerintah yang menyelenggarakan kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat atau disebut juga sebagai tridharma perguruan tinggi. Kegiatan yang diselenggarakan tersebut berbentuk layanan-layanan (*services*) dalam rangka mentransformasi, mengembangkan, dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi

(ptek) dan seni. Agar UNP mudah dikenal dan diingat oleh masyarakat misalnya mahasiswa, maka perguruan tinggi ini perlu merancang dan membuat merek yang menarik.

Merek atau nama UNP bermula dari sebuah merek atau nama yaitu Perguruan Tinggi Pendidikan Guru (PTPG) di Batubangkar pada tanggal 1 September 1954. Kemudian