

## ABSTRAK

**Pengukuran Tingkat Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) E-Commerce  
Lazada Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.  
Oleh, Arfandi Fajri, 2018**

**Pembimbing: Abror, SE, ME, Ph.D.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kesadaran merek *e-commerce* Lazada pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang dengan teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan metode pendekatan slovin, sehingga responden pada penelitian ini sebanyak 95 orang. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan cara penyebaran kusioner. Kemudian, data dianalisis dengan menggunakan analisis statistik deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran merek (*brand awareness*) *e-commerce* Lazada pada mahasiswa Fakultas ekonomi UNP berdasarkan tingkatannya adalah *top of mind* sebesar 41%, *brand recall* 33%, *brand recognition* 99%, dan *unaware of brand* 0%. Hal ini menandakan bahwa kesadaran merek *e-commerce* Lazada pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP cukup baik karena merek Lazada pada penelitian ini merupakan *top of mind* dengan perolehan 41%.

**Kata Kunci: Kesadaran Merek.**