

ABSTRAK

Brand awareness merupakan kemampuan pelanggan untuk mengenali dan mengingat merek sewaktu diberikan petunjuk atau syarat tertentu. *Brand Awareness* adalah kemampuan konsumen untuk mengenali atau mengingat merek dalam kategori, secara cukup rinci untuk melakukan pembelian. Kesadaran merek juga merupakan kemampuan merek untuk muncul dalam benak konsumen ketika mereka sedang memikirkan produk tertentu dan seberapa mudahnya nama tersebut dimunculkan. Dalam proses membangun kesadaran merek terhadap suatu brand, *brand awareness* merupakan bagian yang sangat penting untuk mengetahui seberapa jauh brand dapat dikenali untuk menjadi brand pada tingkat *top of mind*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Membangun Brand Awareness Objek Wisata Jatiluwih Tabanan Bali. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam terhadap 3 informan penelitian untuk mendeskriptifkan bagaimana Membangun Brand Awareness Objek Wisata Jatiluwih Tabanan Bali. Data hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Membangun Brand Awareness Objek Wisata Jatiluwih melalui tahapan piramida *brand awareness* yang terdiri dari *unaware of brand*, *brand recognition*, *brand recall*, dan *top of mind*.

Kata Kunci: Brand Awareness, Objek Wisata, Deskriptif Kualitatif