

ABSTRAK

Persaingan pemasaran di Indonesia saat ini semakin ketat. Persaingan ini berdampak pada strategi pemasaran tiap perusahaan. Perusahaan perlu melakukan *branding* dan *positioning* yang baik serta memilih target pasar yang sesuai. Semakin berkembangnya zaman, *branding* mulai dilakukan pada warna logo perusahaan modern salah satunya perusahaan *e-commerce*. Hal ini menimbulkan adanya perusahaan yang dikenal oleh masyarakat dan tidak terlalu dikenal oleh masyarakat sehingga menimbulkan perilaku konsumen terhadap suatu perusahaan. Perilaku konsumen dapat dideteksi menggunakan survei, namun metoda ini memiliki kekurangan pada kedalaman analisis untuk mengukur perilaku konsumen. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan melalui studi *neuroscience* khususnya pada *neuromarketing*. *Neuromarketing* telah digunakan untuk mengukur perilaku konsumen melalui beberapa stimulus, salah satunya dengan warna logo. Pengukuran respon *neuromarketing* terhadap otak manusia dapat menggunakan analisa sinyal *electroencephalography* (EEG). Pengukuran sinyal EEG dengan stimulus berupa warna logo menggunakan 16 kanal dilakukan pada dua tahap, yaitu pengambilan data dan *pre-processing*. Pengambilan data dilakukan pada enam subjek mahasiswa Telkom University yang berumur 19-24 tahun. Subjek diberikan stimulus sebanyak lima warna logo *original* dan lima warna logo yang sudah diubah warnanya dengan jumlah pertanyaan tiga sesi. *Pre-processing* menggunakan *filter bandpass butterworth* orde 4 dengan pita frekuensi adalah *theta-band* pada rentang frekuensi 4 – 8 Hz. Pengolahan data mengenai perubahan warna menggunakan kuesioner dan data sinyal EEG diolah pada domain spasial dan domain spektral untuk melihat area aktif *short-term memory*. Hasil yang diperoleh adalah bahwa adanya pengaruh perubahan warna logo terhadap ingatan konsumen dan letak area aktif *short-term memory* pada warna logo.

Kata Kunci : *Branding*, perilaku konsumen, *neuromarketing*, sinyal EEG, warna logo, *short-term memory*.