

Pentingnya meneliti Brand Awareness, karena awareness merupakan aset yang dapat memberikan nilai tersendiri dimata pelanggannya. Aset yang dikandungnya dapat membantu pelanggan atau calon konsumen dalam menafsirkan, memproses, dan menyimpan informasi yang terkait dengan produk dan merek tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berada diposisi mana tingkat kesadaran akan program studi Ilmu Administrasi Bisnis. Penelitian ini beracuan pada kerangka pemikiran Aker tentang tingkat Brand Awareness yaitu Unaware of Brand, Brand Recognition, Brand Recall, dan Top of Mind. Tipe penelitian yang digunakan adalah Deskriptif, yaitu jenis penelitian yang hanya menggambarkan, meringkas berbagai kondisi dan stimulasi yang ada. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan kuisioner, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi daftar pertanyaan kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas XI-IPS SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta. Dari populasi tersebut didapat sampel sebanyak 30 responden. Hasil penelitian mengenai tingkat kesadaran merek terhadap Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis adalah bahwa dari 30 responden Top of Mind menjadi posisi pertama dalam benak konsumen. Dengan demikian jurusan Administrasi Bisnis UPN "veteran Yogyakarta merupakan jurusan yang paling diingat responden

Kata kunci : Brand Awareness