

ABSTRAKSI

Manusia mulai sadar untuk mengkonsumsi makan dan minuman yang menyehatkan. Salah satu minuman yang menyehatkan adalah susu. Susu terbagi menjadi tiga jenis : susu bubuk, susu kental manis, dan susu cair. Susu cair dengan teknologi UHT (Ultra Heat Treated) dianggap sebagai penemuan terbesar dalam teknologi pengemasan pangan selama 50 tahun terakhir. Pertumbuhan pasar susu cair siap minum diperkirakan mampu mencapai 25% pertahun. Banyaknya merek-merek susu yang ditawarkan di pasar membuat masing-masing produsen harus bersaing menciptakan citra merek yang baik dibenak konsumen. *Brand Image* (citra merek) adalah bagaimana persepsi tentang merek suatu produk yang digambarkan melalui asosiasi merek yang ada didalam benak konsumen. Asosiasi tersebut terbentuk dari tiga dimensi yakni, *Strength of Brand Association*, *Favorability of Brand Association*, dan *Uniqueness of Brand Association*. Salah satu produsen susu UHT adalah PT Grennfields Indonesia. Produsen ini mengeluarkan merek susu Real Good dan merupakan produsen pertama dipasar yang mengeluarkan kemasan bantal. Untuk dapat menciptakan citra merek yang baik dibenak konsumen, produsen harus mempunyai kekuatan asosiasi merek yakni informasi yang diberikan harus dapat masuk dan bertahan dibenak konsumen, keuntungan asosiasi merek yakni kepercayaan konsumen kepada atribut dan manfaat yang diberikan oleh merek produsen, dan keunikan asosiasi merek yakni keunggulan bersaing yang langsung ditawarkan oleh merek produsen kepada konsumen.