

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya *brand awareness* lima program studi sarjana di Universitas Diponegoro yang memiliki jumlah pendaftar terendah, yaitu Teknik Perkapalan, Fisika, Sejarah, Agroekoteknologi, dan Perikanan Tangkap. *Brand awareness* dipengaruhi oleh *branding* dari suatu program studi yang dapat berdampak pada rendahnya minat calon mahasiswa, sehingga diperlukan strategi yang tepat untuk memperkuat daya tarik program studi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengukur *branding* dan kepentingan indikator serta memetakan prioritas atribut layanan, serta analisis SWOT dan IE Matrix untuk merumuskan strategi peningkatan. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada responden ahli untuk melakukan evaluasi indikator menggunakan metode CVR dan I-CVI dengan hasil dari 35 indikator yang diusulkan terdapat 27 indikator yang disetujui, serta responden mahasiswa sebanyak 185 orang untuk mengukur tingkat *branding* setiap program studi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar program studi memiliki skor *branding* di bawah 4,50. Faktor-faktor yang paling berpengaruh adalah *reputation*, *communication activity*, dan *human resources*. Strategi yang disarankan adalah strategi SO untuk memaksimalkan kekuatan internal dengan memanfaatkan kekuatan internal.

Kata kunci: *Brand Awareness*, Program Studi, *Branding*, SWOT, Metode IPA