

Analisis terhadap ekuitas merk Sony Ericsson

Bayu Wibiyanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=126009&lokasi=lokal>

Abstrak

Tulisan ini berisikan paparan mengenai ekuitas merk. Pembahasan mengenai arti dari ekuitas merk dan lingkungan yang mempengaruhinya pun ikut disajikan. Di dalamnya termasuk paparan mengenai konsep dari merk, peranan dari ekuitas merk dan elemen-elemen yang membentuk sebuah ekuitas merk. Tulisan ini juga menyajikan metode-metode yang dapat digunakan dalam melakukan perhitungan terhadap ekuitas merk yang dimiliki oleh suatu produk. Untuk menyajikan gambaran riil akan analisis ekuitas merk, tulisan ini menyertakan hasil penelitian terhadap ekuitas merk yang dimiliki oleh Sony Ericsson sebagai salah satu produsen handphone. Penelitian dilakukan dengan menganalisis elemen ? elemen yang ada pada ekuitas merk Sony Ericsson menggunakan metode-metode yang pernah digunakan sebelumnya dalam meneliti ekuitas sebuah produk. Penelitian dilengkapi dengan table, grafik, dan gambar yang didapat baik melalui data sekunder maupun data primer untuk menyajikan sebuah analisis yang sesuai dengan tujuan penulisan. Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar ekuitas merk yang dimiliki oleh Sony Ericsson sebagai sebuah produk yang baru pertama kali meluncurkan produknya 5 tahun lalu. Dengan demikian, dapat digambarkan dengan jelas bagaimana ekuitas merk dapat terbentuk dalam sebuah produk.