

Brand equity yang di bangun melalui personal branding studi kasus: rhenald kasali dengan MMUI dan Hermawan Karta Jaya dengan markplus

Ronald Susanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=128417&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas mengenai bagaimana penggunaan personal branding untuk membangun brand equity dari suatu institusi yang dinaungi. Berdasarkan 100 sampel responden, peneliti menemukan bahwa personal branding Rhenald Kasali yang cukup tinggi memiliki korelasi dengan brand equity MMUI, namun tingkat pengenalan responden pada MMUI tidak memiliki korelasi dengan brand equity dari MMUI yang dibangun dari personal branding Rhenald Kasali. Sedangkan personal branding Hermawan Kartajaya yang cukup tinggi memiliki korelasi dengan brand equity MarkPlus, dan tingkat pengenalan responden pada MarkPlus juga memiliki korelasi dengan brand equity MarkPlus yang dibangun dari personal branding Hermawan Kartajaya.

<hr>This study discuss about the usage of personal branding to build brand equity from the institution. Based on 100 respondent samples, the researcher found that Rhenald Kasali's personal branding is high enough to have a correlation with MMUI's brand equity, but the level of respondent's awareness to MMUI does not have a correlation with MMUI's brand equity which is built from Rhenald Kasali's personal branding. While, Hermawan Kartajaya's personal branding is high enough to have a correlation with MarkPlus' brand equity, and the level of repondent's awareness to MarkPlus also has a correlation with MarkPlus' brand equity which is built from Hermawan Kartajaya's personal Branding.