

Analisis periklanan PT. Pertamina (Persero) terhadap ekuitas merek Pelumas Fastron = Advertising analysis at PT. Pertamina (Persero) to brand equity of Fastron Oil

Siahaan, Christian Erwin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=136359&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas periklanan Pertamina terhadap ekuitas merek pelumas Fastron. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain deskriptif. Model penelitian yang digunakan adalah untuk mengukur efektivitas iklan terhadap brand equity dan intention to buy. Hasil penelitian menyarankan bahwa Pertamina harus meningkatkan aktivitas komunikasi pemasaran Fastron untuk meningkatkan brand equity terhadap Fastron, memperkuat image produk Fastron dalam setiap aktivitas komunikasi pemasarannya agar konsumen yakin akan kualitas yang ditawarkan oleh Fastron dan membina kerjasama dengan para influencer.

The focus of this study is the advertising at Pertamina to brand equity of Fastron oil. The purpose of this study is to analyze how significant advertising towards brand equity and intention to buy. This research is quantitative descriptive. The data were collected by means of deep interview and questionnaire. The researcher suggests that Pertamina should improve marketing communication of Fastron to enhance brand equity, strengthen the image of Fastron in every marketing communication activities to convince the product quality and cooperate with the influencer.