

Pengaruh penggunaan Brand Extension pada Brand Awareness dalam Partai Politik (studi pada Tunas Indonesia Raya) = The Effect of brand extension toward brand awareness on political party

Yuni Winingsih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20303775&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan di era multi partai yang kompetitif memicu partai politik menggunakan strategi marketing dalam kampanyenya. Strategi perluasan merek muncul sebagai alternatif yang digunakan untuk membangun kesadaran pemilih. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana pengaruh penggunaan brand extension terhadap brand awareness dalam partai politik. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif, dengan kuesioner sebagai instrumen penelitian dan dianalisis menggunakan linear regression. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa FISIP UI ditarik menggunakan metode non-probability sampling serta teknik purposive. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan brand extension memiliki pengaruh sebesar 48.7%, terhadap brand awareness dalam partai politik.

.....Competitive competition in the multi-party era caused political party implement marketing strategy on their campaign. Brand extension emerges as an alternative to build voter's awareness. The objective of this research is to analyze the effect of brand extension implementation toward brand awareness on political party. This research applied quantitative approach, using questionnaire as research instrument and analyzed with linear regression. The sample is 100 students at FISIP UI, collected by using non-probability sampling and purposive technique. The results indicated that brand extension application's effect is 48.7% toward brand awareness on political party.