

Apakah Poppy akan membeli pispot dengan merek purinal? inisial nama dan nama merek produk yang secara sosial negatif = Will Poppy buy a potty with Purinal brand? name letter and name letter brand when product is socially negative

Manao, Maria Octavyani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20319564&lokasi=lokal>

Abstrak

Brendl, Chattopadhyay, Pelham, dan Carvallo (2005) menemukan bahwa seseorang lebih memilih nama merek yang sesuai dengan inisial namanya dibandingkan merek lain yang tidak sesuai inisial nama. Hal ini kemudian disebut sebagai name letter branding. Skripsi ini menguji robustness fenomena name letter branding dengan mengaplikasikannya pada produk negatif secara sosial. Eksperimen dalam penelitian ini membuktikan bahwa pada produk negatif partisipan akan memilih merek yang sesuai dengan inisial nama dibandingkan merek yang tidak sesuai dengan inisial nama. Partisipan adalah pelajar SMA, usia 15-18 tahun. Pengukuran name letter branding pada produk negatif dilihat dengan cara meminta partisipan memilih salah satu merek pispot, dimana salah satunya sesuai dengan inisial nama sementara yang lainnya tidak.

.....Brendl, Chattopadhyay, Pelham, and Carvallo (2005) discovered a phenomenon whereby a person will more likely to choose a brand name started with letters from their names than when it do not. This phenomenon is called name letter branding. This thesis tried to test the robustness of name letter branding phenomenon by applying it to socially negative product. The result showed that participants were more likely to choose a brand name started with letter from their names even it applied to negative product. The participants were 15 ? 18 years old high school student. To measure name letter branding, participants were asked to choose product between name letter brand and non-name letter brand.