

## Analisa proses pembentukan loyalitas konsumen produk lifestyle dengan pendekatan emotional branding = Analytical process of building in consumer mind for lifestyle product with emotional branding approach

Emir Ismail Basya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20339331&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Dengan makin beragarmnya produk dan tingkat kompetisi yang semakin keras, produsen membutuhkan strategi komunikasi pemasaran yang efektif agar identitas produk dapat diingat secara lebih baik oleh konsumen. Sementara itu, konsumen mulai mencari produk produk yang dapat memberikannya identitas, sehingga bermunculan produk yang memiliki ketertarikan tertentu dan memiliki makna bagi penggunanya. Emotional branding adalah cara produsen melakukan kontak dengan konsumen dengan memperhatikan aspek aspek emosional mellui input panca indera manusia, sehingga terbangun reputasi yang didasari rasa emosional dalam benak konsumen. Dengan emotional branding, produsen dapat menentukan strategi komunikasi pemasarannya dengan tepat, dengan melihat segmentasi pasar berdasarkan nilai dan usia yang dimilikinya, inovasi yang diperlukan, serta cara pandang baru terhadap kepentingan konsumen.

.....Producer nowadays need a very good and effective strategy of marketing communication for facing a various product and harder competency in the market. Aleanwhile, consumers start to search products that can give them identity. They looking for products that attract them, products that they like, and products that can meet their expectation.

Emotional Branding is a way that producers can make contact with consumers by looking their emotional aspects through human sense. It can lead them to build reputation based on emotional feeling in consumer mind. With emotional branding approach, producer can find a right methods for their marketing communication strategy that can look through the market segmentation based on age and their value, new innovation, and brand new point of view on consumers need.