

Efektivitas strategi promosi pemasaran berdasarkan ekuitas merek : studi kasus produk perawatan kulit = Effectiveness promotional marketing strategy based on brand equity : a case study of skin care product

Marshal Bagus Nugroho, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20421471&lokasi=lokal>

Abstrak

Saat ini, beragamnya pilihan promosi yang tersedia untuk mendukung merek merupakan salah satu tantangan sulit bagi pemasar. Akibatnya, pemasar harus memahami apa saja pilihan promosi pemasaran yang ada dan bagaimana mereka harus dikombinasikan untuk dapat mengefektifkan program pemasaran mereka. Ekuitas merek sebagai kunci utama dalam memenangkan persaingan dan tujuan utama dalam manajemen pemasaran menjadi basis yang dapat digunakan untuk menganalisis bauran promosi. Menuju tujuan itu, penelitian ini akan mempertimbangkan faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengembangan ekuitas merek. Kemudian, secara khusus hal itu dijadikan analisis dalam mengevaluasi promosi pemasaran yang efektif dengan memperlihatkan interkoneksi antar faktor yang terlibat dalam pengembangan ekuitas merek.

<hr>Nowadays, various promotion program to support the brand that available is one of the difficult challenges for marketers. As a result, marketers must understand what marketing promotion program that available and how they should be combined in order to make their marketing program effective. Brand equity as the key factor in winning the competition in the market and the main objective in marketing management can be used to analyze the promotional mix. Toward that end, this research will consider the factors affecting brand equity development. Then, in particular it made an analysis in evaluating the effective marketing promotion by understanding the interconnection between the factors involved in the brand equity development.