

Analisis pengaruh iklan dan promosi penjualan dalam pembentukan komponen brand equity studi kasus facial cleanser garnier men =  
Analyzing impact of advertising and sales promotion in brand equity s components creation case study facial cleanser garnier men

Aditya Permana, examiner

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20421921&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Brand equity mampu dibangun melalui strategi pemasaran iklan berdasarkan jumlah pengeluaran iklan yang dipersepsikan konsumen dan sikap konsumen terhadap iklan serta strategi pemasaran promosi yang dapat bersifat moneter ataupun non moneter Melalui penelitian ini Garnier Men diambil sebagai objek penelitian Pengambilan sampel penelitian sebanyak 325 sampel yang terdiri dari usia 14 25 tahun dan merupakan pengguna Garnier Men Hasil penelitian menemukan bahwa strategi pemasaran iklan dan promosi moneter memiliki pengaruh yang signifikan dalam membangun brand equity sedangkan promosi non moneter tidak memiliki pengaruh signifikan Komponen komponen antar brand equity saling berpengaruh secara positif yang signifikan.

*Brand equity could be created by marketing strategies such as Advertising from observing perceived advertising spend and individuals rsquo attitude toward ads also created from Sales promotion either monetary or non monetary This research focus on Garnier Men to measure the influence of advertising and sales promotion toward brand equity In this research there are 325 samples from 14 25 years old that use Garnier Men Result from this research show that Advertising and Monetary Promotion have significant influence on creating brand equity though non monetary does not have significant influence Each component within brand equity has significant and positive influence.*