

Komunitas Merek yang Sukses Mengarah ke Suku-Suku Merek = Successful Brand Communities Lead to Brand Tribes

Ganendra Satria, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20475489&lokasi=lokal>

Abstrak

Brand communities and brand tribes have been observed in the marketing literature for decades. However, scholars still debate its basic attributes, making use of these attributes interchangeably without acknowledging the relationships that emanate from the brand community and its potential to develop into a brand tribe. This paper aims to suggest that the brand tribe and brand community have a positive relationship. Looking at the potential of the brand tribe mentioned in the previous study, companies could benefit from growing the brand community into a brand tribe. Thus, several attributes of brand community that can be developed into tribal brand attributes will be identified in this paper.

.....Komunitas merek dan suku merek telah diamati dalam literatur pemasaran selama beberapa dekade. Namun, para sarjana masih memperdebatkan atribut dasarnya, memanfaatkan atribut ini secara bergantian tanpa mengakui hubungan yang berasal dari komunitas merek dan potensinya untuk berkembang menjadi suku merek. Makalah ini bertujuan untuk menyarankan agar suku merek dan komunitas merek memiliki hubungan yang positif. Melihat potensi suku merek yang disebutkan dalam studi sebelumnya, perusahaan dapat memperoleh manfaat dari menumbuhkan komunitas merek menjadi suku merek. Dengan demikian, beberapa atribut komunitas merek yang dapat dikembangkan menjadi atribut merek suku akan diidentifikasi dalam tulisan ini.