

Pengaruh Brand Extensions Terhadap Brand Equity Rans Entertainment = The Effect of Brand Extensions Towards the Brand Equity of Rans Entertainment

Kevin Rosul, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920523960&lokasi=lokal>

Abstrak

Artikel ini memberikan wawasan tentang dampak Brand Extensions terhadap Brand Equity, yang berfokus pada RANS Entertainment. Studi ini menemukan bahwa Parent Brand Equity, Perceived Fit, dan Parent Value Equity berdampak positif pada Brand Extensions Attitude, yang pada gilirannya memiliki dampak langsung yang kuat pada Change in Parent Brand Equity. Studi ini menunjukkan bahwa perusahaan harus fokus dalam membangun Brand Equity dan Value Equity yang kuat, memastikan Perceived Fit, dan menciptakan Brand Extensions Attitude yang diinginkan untuk memperkuat Parent Brand Equity secara keseluruhan. Temuan dari penelitian ini bermanfaat untuk penelitian lebih lanjut mengenai topik ini, secara khusus untuk RANS Entertainment. Penelitian di masa depan dapat berfokus pada analisis pesaing dan menambahkan faktor lain ke dalam indikator penelitian.

.....This article provides insight into the impact of Brand Extensions on Parent Brand Equity, focusing on RANS Entertainment. This study found that Parent Brand Equity, Perceived Fit, and Parent Value Equity have a positive impact on Brand Extension Attitudes, which in essence has a direct and strong impact on Change in Parent Brand Equity. This study suggests that companies should focus on building strong Brand Equity and Value Equity, ensuring Perceived Fit, and create a desirable Brand Extensions Attitude to strengthen their overall Parent Brand Equity. The findings from this study are useful for further research on this topic, specifically for RANS Entertainment. Future research can focus on competitor analysis and adding other factors to research indicators.