

Penilaian Merek: Metode Penilaian Terintegrasi untuk Peringkat Merek Kota = Brand Valuation: The Integrated Valuation Method for City Brand Ranking

Sutan Banuara, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920541234&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini berbeda dari sebelumnya yang hanya berfokus pada pola pikir pelanggan atau metrik keuangan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kinerja merek kota di Indonesia menggunakan Brand Value Chain Model yang menggabungkan Behavioral Approach dan Financial Approach, memberikan pengukuran kinerja City Brand yang lebih komprehensif. Metode ini menggabungkan City Brand Strength Index (CBSI) untuk menangkap dimensi utama daya saing City Brand yang terintegrasi dengan metode Royalty Relief untuk menghitung Brand Value sebuah Kota. Penelitian ini melibatkan 12.052 responden, menunjukkan efektivitas metode dalam mengukur kinerja City Brand. Temuan ini memberikan wawasan berharga tentang kontribusi Brand Valuation dan City Brand dan merekomendasikan ruang lingkup penelitian yang lebih luas ditingkat global, menggabungkan perspektif internasional dalam CBSI, dan menerapkan metode ini ke konteks lain seperti merek publik. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang komprehensif tentang Brand Valuation dan implikasi potensialnya untuk pengambilan keputusan strategis.

.....This study differs from previous ones focusing only on customer mindset or financial metrics. Its purpose is to evaluate the performance of city brands in Indonesia using a Brand Value Chain Model that combines both Behavioral and Financial approaches, providing a more comprehensive measurement of City Brand performance. The method incorporates the City Brand Strength Index (CBSI) to capture key dimensions of City Brand competitiveness. It integrates with the Royalty Relief method to calculate the Brand Value of the City Brand. The study involved 12,052 participants, demonstrating the method's effectiveness in measuring City Brand performance. The findings provide valuable insights into the contribution of Brand Valuation and city brands and recommend expanding the scope of the study to global comparisons, incorporating an international perspective in CBSI, and applying the method to other contexts such as publicly listed brands. This research contributes to a comprehensive understanding of Brand Valuation and its potential implications for strategic decision-making.