

ABSTRAK

Nama : Ronald Susanto
Program Studi : Magister Manajemen
Judul : Brand Equity yang dibangun melalui Personal Branding
Studi kasus: Rhenald Kasali dengan MMUI dan
Hermawan Kartajaya dengan MarkPlus

Tesis ini membahas mengenai bagaimana penggunaan *personal branding* untuk membangun *brand equity* dari suatu institusi yang dinaungi. Berdasarkan 100 sampel responden, peneliti menemukan bahwa *personal branding* Rhenald Kasali yang cukup tinggi memiliki korelasi dengan *brand equity* MMUI, namun tingkat pengenalan responden pada MMUI tidak memiliki korelasi dengan *brand equity* dari MMUI yang dibangun dari *personal branding* Rhenald Kasali. Sedangkan *personal branding* Hermawan Kartajaya yang cukup tinggi memiliki korelasi dengan *brand equity* MarkPlus, dan tingkat pengenalan responden pada MarkPlus juga memiliki korelasi dengan *brand equity* MarkPlus yang dibangun dari *personal branding* Hermawan Kartajaya.

Kata Kunci:
Personal branding, brand equity, Rhenald Kasali, Hermawan Kartajaya, MMUI, MarkPlus

ABSTRACT

Name : Ronald Susanto
Study Program : Magister Manajemen
Title : Brand Equity which is built from Personal Branding
Case Study: Rhenald Kasali with MMUI and
Hermawan Kartajaya with MarkPlus

This study discuss about the usage of personal branding to build brand equity from the institution. Based on 100 respondent samples, the researcher found that Rhenald Kasali's personal branding is high enough to have a correlation with MMUI's brand equity, but the level of respondent's awareness to MMUI does not have a correlation with MMUI's brand equity which is built from Rhenald Kasali's personal branding. While, Hermawan Kartajaya's personal branding is high enough to have a correlation with MarkPlus' brand equity, and the level of repondent's awareness to MarkPlus also has a correlation with MarkPlus' brand equity which is built from Hermawan Kartajaya's personal Branding.

Key Words:

Personal branding, brand equity, Rhenald Kasali, Hermawan Kartajaya, MMUI, MarkPlus