

Analisis strategi emotional branding dan kaitannya dengan brand loyalty studi kasus : Bread talk

Ali Nurseto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20185199&lokasi=lokal>

Abstrak

Analisis Strategi Emotional Branding dan Kaitannya dengan Brand Loyalty: Studi Kasus BreadTalk. xv + 101 halaman; 13 tabel; 22 gambar; 11 halaman lampiran Perubahan yang terjadi dalam kegiatan ekonomi pada saat ini membuat persaingan bisnis menjadi semakin kompleks. Persaingan tidak lagi pada tataran produk, tetapi lebih pada tataran merek atau brand. Hal ini membuat merek menjadi elemen yang sangat penting dalam menciptakan loyalitas konsumen sebagai sebuah competitive advantage. Mark Gob_ dalam bukunya Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brand to People mengungkapkan strategi yang tepat dalam menciptakan merek melalui pendekatan emosional, sehingga pada akhirnya tercipta hubungan emosional yang erat dan tahan lama antara merek dan konsumen melalui 10 perintangnya dan formulasi keempat pilarnya yaitu Relationship, Sensorial Experience, Imagination, dan Vision. Sebagai studi kasus digunakan BreadTalk, sebuah merek gerai roti yang menggunakan strategi emotional dalam menciptakan brand powernya. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk melihat hubungan yang terjadi antara strategi