

Analisis ekuitas merek bahan bakar minyak Shell berdasarkan persepsi pelanggan = The brand equity analysis of Shell fuel based on customer perception

Leonard, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20339908&lokasi=lokal>

Abstrak

Ekuitas merek sebuah produk berdasarkan persepsi pelanggan sangat penting diketahui karena hal itu memberikan perbedaannya tersendiri dalam usaha persaingan, dan terhadap pemertahanan nilai merek serta keberhasilan pengelolaan merek. Pemertahanan nilai merek produk ritel SPBU di tengah meningkatnya jumlah merek bahan bakar minyak SPBU global yang masuk ke industri minyak dan gas di Indonesia memiliki peran besar dalam menghadapi iklim persaingan yang semakin tinggi dan cepat seperti saat ini. Ekuitas merek berbasis pelanggan (customer-based brand equity / CBBE) yang positif dapat membawa kepada pendapatan yang lebih besar, biaya yang lebih rendah, dan keuntungan yang lebih besar dan pada akhirnya membawa kepada sustainable competitive advantage atau keunggulan daya saing lestari bagi perusahaan.

.....Customer-Based Brand Equity of a product is critical to be recognized for it provides any differential effect in the framework of competitiveness, and its contribution toward brand value establishment and also to the success of managing a brand. The brand value development of station retail product in the mid of increasing amount of global branded fuel entering Indonesian oil and gas industry hold a great role to overcome higher and faster competitive market recently. Positive customer-based brand equity can lead to greater revenue, lower cost, and higher profit which finally deliver to sustainable competitive advantage to the company.