

Pengaruh logo self identity, logo functional benefit, dan logo aesthetic appeal terhadap logo identification dan customer commitment pada merek Apple dan Samsung = The influence, of logo self identity, logo functional benefit and logo aesthetic appeal toward logo identification and customer commitment on Apple and Samsung brand

Prilly Puspa Karina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20347128&lokasi=lokal>

Abstrak

Saat ini, masyarakat memiliki produktivitas yang kian tinggi, sehingga mereka membutuhkan informasi dan komunikasi yang menuntut kemudahan dan kecepatan akses. Melihat fakta tersebut, perusahaan di bidang teknologi berlomba dalam menarik perhatian konsumen, salah satunya dengan melakukan strategi logo merek. Tujuan utama skripsi ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari identitas diri logo, manfaat fungsi logo dan estetika logo (logo self identity, logo functional benefit dan logo aesthetic appeal) terhadap pengenalan logo merek dan komitmen konsumen (logo identification dan customer commitment) pada merek Apple dan Samsung. Penelitian ini dilakukan dengan metode Structural Equation Modeling, dengan unit analisis warga Jabodetabek.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa konsumen lebih mudah mengenali suatu merek apabila logo merek memiliki unsur estetika dan memiliki keterkaitan dengan nilai yang dimiliki oleh diri konsumen. Komitmen konsumen akan meningkat jika logo merek yang didesain oleh suatu perusahaan memiliki unsur estetika dan memiliki keterkaitan dengan nilai yang dimiliki oleh diri konsumen. Pengenalan konsumen terhadap suatu logo merek tidak menyebabkan peningkatan komitmen konsumen/loyalitas akan suatu merek.

.....Nowadays, people's productivity is growing high, so they need information and communication that demands the convenience and speed of access. If we look at the facts, technology companies race to attract attention of consumers by doing the strategies of brand logos. The main goal of this thesis is to determine the influence of identity logo, logo function and aesthetic benefits of logos toward logo identification and customer commitment on brand Apple and Samsung. This research was conducted by the method of Structural Equation Modeling, with doing analysis to people in Jabodetabek.

The results of this study concluded that consumers more easily identify a brand when brand logo have elements of aesthetics and coupled with a value that belongs to the consumer. Customer commitment will increase if the brand logo was designed by a company has elements of aesthetics and coupled with a value that belongs to the consumer. The introduction of a consumer brand logo does not lead to increased consumer loyalty/commitment of a brand.