

Pengkulturan merek telepon selular oleh pelanggan perempuan dalam komunitas pelanggan : studi kasus pengkulturan merek iPhone oleh pelanggan perempuan dalam komunitas iPhonesia Jakarta = The cult of cell phone's brand by women members of the user community : case study of cult branding by women customers in iPhonesia community

Rinandi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20348735&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesadaran merek, ritual dan tradisi dan tanggung jawab moral kolektif anggota perempuan dari komunitas pengguna dalam proses pengkulturan merek Iphone. Dengan menggunakan metode studi kasus, penelitian ini terutama menggunakan konsep pengkulturan merek Muniz dan O'Guinn (2001) dan perilaku perempuan terhadap ponsel seperti yang dijelaskan oleh Wilska (2003). Kesimpulan utama dari penelitian ini adalah proses pengkulturan merek oleh anggota perempuan dari komunitas Iphone terjadi dalam pembentukan kesadaran merek, ritual dan tradisi dan tanggung jawab moral kolektif. Gender dan bagaimana wanita berinteraksi turut membangun bagaimana proses pengkulturan merek ini.

.....

This study aims to determine the awareness of the brand, rituals and traditions and the collective moral responsibility of in the cult of Iphone among women member community. Using the case study, this research drawing the concept of the cult of brand Muniz and O'Guinn (2001) and women's behavior towards mobile phones by Wilska (2003). The main conclusion is the cult of Iphone by female members of Iphone community occurred in the formation of brand consciousness, rituals and traditions and the collective moral responsibility. Gender and how the women interact construct how the process of this cult of the brand.