

Pengaruh brand identity terhadap brand image studi pada toko buku Aksara Pacific Place = The Effect of brand identity towards brand image research on Aksara Bookstore Pacific Place

Vinny Dwicahyo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20431642&lokasi=lokal>

Abstrak

Brand Identity merupakan sebuah konsep pembentukan identitas perusahaan berdasarkan komponen-komponen tertentu yang diperlukan untuk dapat memperkenalkan konsep, ide, nilai, visi dan misi perusahaan kepada konsumen. Brand image merupakan persepsi konsumen terhadap pesan dan pengalaman yang diperoleh ketika menggunakan produk sebuah brand. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara brand identity terhadap brand image. Toko Buku Aksara Pacific Place menerapkan brand identity untuk mempengaruhi persepsi konsumen menjadi sebuah brand image sesuai dengan brand identity yang dibentuk oleh perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian eksplanatif dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara brand identity terhadap brand image Toko Buku Aksara Pacific Place.

Brand Identity was a concept that built company identity based on certain components to introduce company concept, idea, value, visions and missions to the consumer. Brand image was a consumer perception towards messages and experience obtained when they used a brand goods. This research purposed to explained relationships between brand identity towards brand image. Aksara Bookstore applied brand identity to influenced consumer perception into a brand image according to brand identity that built by the company.

The researched used quantitative approach and explanation research through one hundred sample within purposive sampling technique. The result of this researched shows that positive influenced between brand identity and brand image of Aksara bookstore has been found.