

Branding dan property development real estat = Branding and property development real estate

Sarah Aisha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20476595&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Seiring berkembangnya pembangunan hunian di Jakarta, para pengembang mulai melakukan brand dan upaya strategi branding terhadap produk property yang dijual. Brand adalah suatu identitas atau nama yang mewakili produk secara keseluruhan baik produk itu sendiri, jasa yang diberikan produk tersebut, perusahaan yang memproduksi, maupun hal-hal terkait lainnya. Sedangkan Branding adalah sebuah strategi, metode, cara atau upaya menyampaikan Brand sebuah produk kepada konsumen, agar produk tersebut dikenal dan dibeli oleh masyarakat. Penting untuk ditelusuri sejauh mana Brand dan strategi Branding dalam praktik pengembangan hunian di Jakarta, serta implementasinya ke dalam produk yang sesungguhnya. Tulisan ini membahas hasil penelitian tentang Brand dan strategi Branding terhadap proyek residensial, baik perumahan maupun apartemen di daerah Jakarta, meliputi 3 tiga hal, yaitu: 1 Mengetahui penerapan Brand dan strategi Branding dalam Property Development; 2 Mengetahui pengaruh/dampak Brand dan strategi Branding terhadap preferensi konsumen Real Estate; dan 3 Mengetahui penerapan Brand dan strategi Branding melalui produk property. Pada dasarnya, seluruh produk property pasti mempunyai brand, namun tidak semua melakukan upaya strategi branding. Penelitian ini menggunakan metode campuran, dimana metode kuantitatif dengan memanfaatkan data residensial dari buku direktori REI 2011 dan 2015, dan metode kualitatif melalui pengamatan langsung terhadap beberapa objek perumahan yang dipilih secara acak.

ABSTRACT

Along with the growth of residential in Jakarta, the developers began to brand and branding strategy efforts against property products sold. Brand is an identity or a name that represents the product as a whole both the product itself, the services provided by the product, the company that produces, as well as other related matters. While Branding is a strategy, method, way or effort to deliver Brand a product to the consumer, so that the product is known and purchased by the public. It is important to explore the extent to which Branding and Branding strategies in residential development practices in Jakarta, and their implementation into actual products. This paper discusses the results of research on Brand and Branding strategy on residential projects, both residential and apartment in Jakarta area, covering 3 three things, namely 1 Mapping and exploring the application of Brand and Branding strategy in Property Development 2 Knowing the effect impact of Brand and Branding strategy on Real Estate consumer preferences and 3 The implementation Brand application and Branding strategy through property product. Basically, all property products must have a brand, but not all branding strategy efforts. This research uses mixed method, that is quantitative method by utilizing housing data in REI directory book and qualitative methods through direct observation of selected housing samples.