

Bagaimana pengalaman musik festival dapat mempengaruhi hubungan antara konsumen dengan "brand" = How the music festival experiences might influence a consumer-brand relationship

Muhammad Ilham Prasanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20510699&lokasi=lokal>

Abstrak

sejak era awal mula kepopuleranya, festival Musik telah memegang peran yang penting bagi berbagai brand sebagai salah satu alat pemasaran strategis. Hampir semua industri telah memanfaatkan festival musik sebagai platform untuk memasarkan brand branda, mulai dari brand yang lebih lumrah seperti Spotify dan Heineken hingga brand yang kurang lumrah seperti Google dan Mercedes-Benz, hal tersebut menunjukkan bahwa festival musik memiliki posisi yang kuat di dunia pemasaran. Dengan demikian, makalah konseptual ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih jauh tentang faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pengalaman konsumen dalam festival musik dan bagaimana keterkaitannya dengan hubungan konsumen terhadap brand-tersebut serta bagaimana perkembangan terkini dalam studi pemasaran dapat membantu memaksimalkan penggunaan festival musik sebagai platform pemasaran untuk berbagai brand.

.....Music Festivals has played a significant role as a strategic marketing tool for brands since the early era of music festivals. Brands across all industries have used music festivals as a platform to market their brand, from the more related brands such as Spotify and Heineken to less related brands like Google and Mercedes-Benzes, this shows that music festival has a strong position in the marketing world. Thus, this conceptual paper aims to explore more about what factors could affect the experience of consumer in music festival and how does its linkage with the consumer-brand relationship and how the recent development in the marketing studies could help maximize the use of music festival as a marketing platform for brands.