Universitas Indonesia Library >> Artikel Jurnal

Memahami evolusi merek, model komunikasi pemasaran dan hubungan relasional merek

M. Gunawan Alif, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=90470&lokasi=lokal

---

Abstrak

Merek (brand) merupakan salah satu faktor penting dalam kegiatan pemasaran. Sejumlah buku teks maupun trade books mengenai topik ini telah banyak ditulis (antara lain: Aaker, 1991, 1996; Upshaw, 1995, Duncan & Moriarty, 1997; Hart & Murphy, 1998; Keller, 1998). Aaker (1991) menyebutkan bahwa merek adalah nama dan/atau simbol yang bersifat membedakan, dengan maksud mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual atau sekelompok penjual yang dapat membedakannya dengan barang atau jasa yang dihasilkan oleh pesaing.