

Analyzing The Brand Perception and Social Media Marketing Strategies of Elhaus = Menganalisis Persepsi Brand dan Strategi Social Media Marketing dari Elhaus

Samuel Raditya Argo Kuncahyo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920526578&lokasi=lokal>

Abstrak

Untuk brand fashion, hal terpenting adalah pelanggan. Sebuah brand harus mempertahankan keunggulan kompetitif dengan citra yang kuat dan positif. Makalah ini berfokus pada analisis persepsi brand dan strategi pemasaran media sosial dari brand fashion Elhaus. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi konsumen sangat dipengaruhi oleh prinsip brand dan pengaruh dari lingkungan konsumen. Penelitian ini berusaha untuk menyelidiki bagaimana persepsi masyarakat terhadap brand fashion Elhaus melalui media sosial. Selain itu, penelitian ini akan mengkaji strategi pemasaran Elhaus dalam memanfaatkan platform media sosial Instagram untuk mengiklankan barang mereka dan berinteraksi dengan pelanggan. Data dikumpulkan melalui analisis konten dari jurnal akademik relevan yang membahas tentang persepsi konsumen terhadap brand fashion. Temuan utama menunjukkan bahwa persepsi konsumen dipengaruhi oleh pengaruh budaya dan sosial, ulasan dari orang lain, cara brand mempresentasikan barang mereka dengan berkolaborasi dengan individu atau bisnis lain dan bagaimana brand berkomunikasi dengan pelanggan mereka.

.....For a fashion brand the most important thing is it customers. A brand must sustain competitive advantage with a strong and positive image. This paper focuses on anlysing the brand perception and social media marketing strategies of the fashion brand, Elhaus. Previous research shows that consumer perception is heavily impacted by the brand's values and influences from their environment. This study seeks to investigate how the public perceives the fashion brand Elhaus through social media. Additionally, this study will examine Elhaus' marketing strategy for leveraging the social media platform Instagram to advertise their goods and interact with customers. The data are collected through content analysis from relevant academic journals that discuss consumer perception on fashion brands. The main findings shows that consumer perception is impacted by socio-cultural influences, the reviews from other people, the way that the brand deliver their goods by collaborating with other individuals or businesses and how the brand communicate with their customers.