

Strategi Pengembangan Merek Swashbuckler untuk Menembus Pasar Heavyweight Denim di Indonesia = Swashbuckler's Brand Development Strategy to Penetrate Indonesia's Heavyweight Denim Industry

Ignas Tosan Satyaji, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920537559&lokasi=lokal>

Abstrak

Bagi bisnis, pemasaran selalu menjadi hal yang krusial. Branding (pemasaran merek), sebagai salah satu bagian integral dari pemasaran, juga berperan penting untuk menentukan kesuksesan suatu merek. Sebagai instrumen perubahan, pemasaran merek berkaitan erat dengan konsumen dan tertanam kuat dalam aktivitas dan kehidupan sehari-hari mereka. Konsumen mengungkapkan penghargaan mereka terhadap suatu bisnis dengan mendukung ideologi yang tertanam dalam filosofi dan identitas merek barang yang mereka miliki. Oleh karena itu, bisnis yang memegang merek populer dengan basis peminat yang cukup besar memiliki kemampuan untuk memengaruhi perubahan, atau bahkan mengubah gaya hidup, sistem nilai, sikap, maupun perilaku konsumen.

Studi ini akan mendalami strategi pemasaran merek heavyweight denim di pasar Indonesia. Brand Positioning, Points of Parity, dan strategi pasca pembelian akan ditelaah dalam laporan ini. Penentu merek yang signifikan termasuk penetapan harga, saluran, dan merek digital juga akan ditelusuri. Untuk menganalisis penggunaan optimal merek Swashbuckler, sejumlah teori terkenal juga akan digunakan.

.....

For businesses, marketing has always been a key factor. Branding, as one of the integral parts of marketing, also plays an important role in determining brand's success. As an instrument of change, brands are closely linked to customers and deeply embedded in their daily activities and decisions. Customers express their appreciation for businesses by supporting the ideologies that are ingrained in their philosophies and brand identities. As a result, businesses that hold popular brands with sizable fan bases have the ability to influence changes to, or even a whole transformation of, consumer lifestyle, value systems, attitudes, and behavior.

This study will look at a brand strategy for heavyweight denim amidst Indonesian market. Brand positioning, Points of Parity, and post-purchase brand strategy will be highlighted in the report. Significant brand determinants include pricing, channel, and digital branding are examined. To analyze the optimal usage for brands, a number of well-known theories will be utilized as well.