MARKETING BRANDING

Stenly S. F. Salenus, SE, M.Si

MARKETING BRANDING

Stenly.S.F.Salenussa, SE, M.Si

Copyright ©2020
All right reserved

Cetak pertama
September 2020

Diterbitkan Oleh:
CV.Cakra

KANTOR BOJONG MALAKA INDAH

D4 NO 90
Percetakan jalan jati mekar No.01
Telp./Faks. 022-85934522
081221122.073
Whatsapp : 082115826983
penerbit.cakra@gmail.com
cakrabooks90@yahoo.com
www.cakraoffset.co.id

©2020

Hak cipta dilindungi
Oleh undang-undang
Dilarang memperbanyak
Sebagian atau seluruh isi
Buku ini
Dalam bentuk apapun
Tanpa izin dari penerbit.

Katalog dalam terbitan

MARKETING BRANDING

Stenly.S.F.Salenussa, SE, M.Si

-Ed. I. –Cet, 1
-Bandung : Penerbit Cakra
2020
1 jil., xx + 108 hlm.: 15 cm x
23 cm

ANGGOTA IKAPI

ISBN 978-923-6868-21-8

KATA PENGANTAR

Buku ajar ini dibuat sebagai upaya meningkatkan dan menjamin proses belajar mengajar di Universitas Kristen Indonesia Maluku, khususnya pada Fakultas Ekonomi. Guna mencapai hal dimaksud maka beberapa hal penting yang perlu diketahui yaitu :

1. Kualitas program yang tercermin dalam pemaparan kurikulum dan pokok bahasan
2. Mutu dari proses yang tertuang dalam pokok bahasan
3. Mutu sumber pembelajaran yang mencakup referensi baik kepustakaan, teknologi informasi, maupun laboratorium.
4. Fasilitas yang menunjang

Kolaborasi keempat hal diatas mencerminkan kepastian kualitas pembelajaran kearah yang lebih baik dan jika ditunjang dengan kualitas tenaga pengajar yang profesional dan pakar pada bidangnya. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Rektor Universitas Kristen Indonesia Maluku beserta staf Pembantu Rektor, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Maluku beserta sataf, rekan-rekan Dosen beserta Karyawan Karyawati Fakultas Ekonomi, terima kasih yang tak terhingga juga kami sampaikan kepada Istri dan Anak-anak tercinta (Helda, Piero Canavaro, dan Gabriela Tirza Abigail), My Father, My Mother and The Big Family Salenusu/Mailuhu. The Best GMKI Ambon Komisariat Ekonomi UKIM (bung Haris, Jury, Vito, Marlon, Stenly, Esau, Bacho, Leo, Ona, Micke, Riky, Valdo, Uthen, dan Merlin serta teman-teman dan adik-adik Pengurus Komisiat yang lain, Salam Ut Omnes.. Kepada semua pihak yang telah memberikan atensi yang tinggi bagi kami dalam menyelesaikan penulisan buku ini, kiranya kemajuan ilmu pendidikan akan selalu menjadi *concern* semua kita.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
KATA SAMBUTAN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
TINJAUAN MATA KULIAH	vi
BAB I SEJARH PEMASARAN.....	1
1.1 Sejarah Perkebangan Merek	1
1.2 UU No 15 Thn 2001	3
1.2.1 Pengaruh Pendekatan State Policy.....	4
1.3 Perlindungan Hak Merek	5
1.3.1 Daya Pembeda	8
1.3.2 Perlindungan Indikasi Geografis.....	9
1.4 Pendaftaran Hak Meek	10
1.5 Penegakan Hukum	15
1.6 Penghapusan & Pembatalan Pendaftaran Meek	15
BAB II EMPAT PILARAN PEMASARAN	19
2.1 Empat Pilar	19
2.1.1 Produk	20
2.1.2 Promosi	20
2.1.3 Tempat.....	20
2.1.4 Harga	21
2.2 Klasifikasi Produk	22
BAB III LOYALITAS & CITRA	28
3.1 Loyalitas Merek	28
3.2 Loyalitas Konsumen Terhadap Meek	29
3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas.....	31
3.4 Strategi Perluasan Merek	32
3.5 Faktor yang Mempengaruhi strategi Perluasan Meek.....	33
3.5.1 <i>Perceived quality</i> diukur Terhadap Pesaing	35
BAB IV MENGELOLA MEREK.....	37
4.1 Pengertian Merk	37
4.2 Langkah Awal Pengelolaan Merk	37
4.3 Strategi Pengelolaan Merek	39
4.3. 1 Membangun Merek yang Kuat	39
4.3.2 Enam Tingkat Pengertian Merek	40

4.4 Ruang Lingkup Penetapan Merek	43
4.5 Ekuitas Merek	45
4.5.1 Model Ekuitas Merek	46
4.5.2 Membangun Ekuitas Merek	48
4.5.3 Mengelola Ekuitas Merek.....	49
4.6 Merencanakan Strategi Penetapan Merek	49
4.7 Strategi Pengembangan Merek	51
BAB V KESDARAN MEEK	55
5.1 Brand Awarnes	55
5.2 Mengapa Brand Awareness Penting.....	56
5.3 Cara Membangun Brand Awareness	57
5.3.1 Bagaimana Cara Mengukur Brand Awarnes	61
5.4 Co- Branding	62
5.4.1 Kenapa perusahaan melakukan <i>cobranding</i>	62
5.4.2 Strategi Co-branding	63
BAB VI PERPINDAHAN MEREK	67
6.1 PERPINDAHAN MEREK <i>BRAND SWETCHING</i>	67
BAB VII PERLUASAN MEEK	76
7.1 Perluasan Merek/ Brand extension	76
BAB VIII ASOSIASI MEREK	83
8.1 Pengertian Asosiasi Merek/ Brand Assosiation	83
DAFTAR PUSTAKA.....	94
TENTANG PENULIS	98