



Intisari

Jika suatu produk atau perusahaan adalah seorang individu, maka merek dari perusahaan tersebut adalah identitasnya, dan sama seperti manusia, perusahaan berkembang untuk mencapai merek yang disukai oleh mereka sendiri, dan juga mendukung visi dan misi mereka, serta diterima dan dianut oleh masyarakat untuk mendapatkan kepercayaan dan minat mereka. "Merek Anda adalah apa yang orang katakan tentang Anda ketika Anda tidak di dalam ruangan," (Bezos, 2012) kutipan oleh Jeff Bezos sebagai CEO Amazon.com menyiratkan bahwa kesan yang abadi adalah apa yang diinginkan para marketer untuk dicapai dalam rangka untuk mendapatkan pelanggan setia. Oleh karena itu, sangat penting bahwa pemasar mempertimbangkan secara menyeluruh jenis merek yang mereka inginkan.

Kata kunci: Branding, I-branding, Internet branding, Customer equity



Abstract

If a product or a company is an individual, that its brand is its identity, and much like a human being, companies thrive to achieve the brand that is both favoured by themselves, while also supporting their visions and missions, as well as accepted and embraced by society to gain their trust and interest. “Your brand is what people say about you when you’re not in the room,” (Bezos, 2012) a quote by Jeff Bezos as the CEO of Amazon.com implies that a lasting impression is what marketers must aspire to achieve in order to obtain loyal customers. Hence, it is vital that marketers consider thoroughly of the kind of branding that they wish to have.