

Dari Garasi ke Galaksi: Strategi Merek Apple dan Rahasia di Balik Loyalitas Konsumen Global

Alfar

Hak Cipta & Disclaimer

Dari Garasi ke Galaksi: Strategi Merek Apple dan Rahasia di Balik Loyalitas Konsumen Global

Copyright © 2026 Alfar. Hak cipta dilindungi undang-undang.

Hak cipta dilindungi undang-undang. Tidak ada bagian dari buku ini yang boleh direproduksi, didistribusikan, atau ditransmisikan dalam bentuk atau cara apa pun, termasuk fotokopi, perekaman, atau metode elektronik atau mekanis lainnya, tanpa izin tertulis dari pemegang hak cipta, kecuali untuk kutipan singkat dalam ulasan kritis dan penggunaan non-komersial tertentu yang diizinkan oleh undang-undang hak cipta.

Untuk permintaan izin, hubungi penulis melalui penerbit.

Topik buku: mempelajari perjalanan merek "Apple"

Disclaimer

Buku ini disusun berdasarkan informasi yang tersedia untuk umum, termasuk laporan resmi perusahaan, publikasi jurnalistik terpercaya, buku-buku referensi yang telah diterbitkan sebelumnya, serta berbagai sumber akademis dan industri yang relevan. Seluruh data, angka, dan fakta yang disajikan dalam buku ini mencerminkan kondisi dan informasi yang tersedia pada saat penulisan. Penulis telah berupaya semaksimal mungkin untuk memastikan akurasi dan objektivitas setiap informasi yang disajikan, namun tidak dapat menjamin bahwa seluruh data tersebut masih sepenuhnya akurat pada saat pembaca membaca buku ini, mengingat dinamika industri teknologi dan kondisi perusahaan yang dapat berubah dengan cepat.

Buku ini ditulis semata-mata untuk tujuan edukasi, analisis, dan referensi akademis serta profesional. Pandangan, interpretasi, dan analisis yang disampaikan dalam buku ini merupakan perspektif penulis berdasarkan kajian terhadap sumber-sumber yang tersedia, dan tidak mewakili posisi resmi Apple Inc. atau entitas korporat mana pun yang disebutkan di dalamnya. Penyebutan nama merek, produk, tokoh, dan peristiwa dalam

buku ini dilakukan dalam konteks analisis dan kajian merek, bukan sebagai bentuk promosi, endorsement, atau kritik yang bersifat komersial terhadap pihak mana pun.

Pembaca yang bermaksud menggunakan informasi dalam buku ini sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis, investasi, atau strategi korporat disarankan untuk melakukan verifikasi mandiri terhadap data terkini dan berkonsultasi dengan para ahli yang relevan di bidangnya masing-masing. Penulis dan penerbit tidak bertanggung jawab atas kerugian atau konsekuensi apa pun yang mungkin timbul dari penerapan informasi yang terdapat dalam buku ini tanpa pertimbangan dan kajian lebih lanjut yang memadai.

Daftar Isi

Pendahuluan	5
Bab 1. Asal Usul dan Fondasi Apple: Dari Garasi ke Perusahaan Teknologi Global	9
Bab 2. Evolusi Identitas Visual dan Filosofi Desain Apple	29
Bab 3. Strategi Pemasaran dan Komunikasi Merek Apple	48
Bab 4. Krisis, Kebangkitan, dan Transformasi Merek Apple	67
Bab 5. Ekosistem Produk dan Loyalitas Konsumen sebagai Pilar Kekuatan Merek	87
Bab 6. Apple di Era Pasca-Jobs: Tantangan, Inovasi, dan Relevansi Merek di Masa Depan	108
Kesimpulan	129

Itu Saja Preview-nya

Sisanya — 128 halaman lagi.

[Beli buku ini di bukudigi.com](https://bukudigi.com)