

Analisis Penggunaan Social Media dalam Komunikasi Pemasaran dan Dampaknya Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen: Studi Kasus Soyjoy Healthylicious

Eksi Nadiasti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=136347&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas mengenai dampak penggunaan social media (Twitter) sebagai alat komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Soyjoy melalui kampanye online Soyjoy Healthylicious, terhadap proses pengambilan keputusan konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan disain deskriptif. Hasil penelitian menyarankan bahwa social media mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen. Namun sebaiknya komunikasi pemasaran melalui social media tidak berdiri sendiri, melainkan sebagai bagian dari komunikasi pemasaran yang terintegrasi dengan alat komunikasi pemasaran lainnya seperti iklan, promosi dan lainnya.....This thesis focused on analyzing the impact of using social media as marketing communication tool to the consumer decision making process. The case study of this thesis is the online reality show campaign Soyjoy Healthylicious held by Soyjoy on microblog Twitter. The type of research of this thesis is quantitative research with descriptive research design. The result of this research shown that social media used in Soyjoy Healthylicious marketing campaign has affected the consumer decision making process. However, company shouldn't use social media alone as marketing communication tools. Company should build an integrated marketing campaign that integrates social media and other marketing communication tools such as advertising, sales promotion, etc.