

Pengaruh interaksi melalui media digital terhadap kepercayaan konsumen pada merek (studi pada penggunaan media digital yang dimiliki Sampo Sunilk dan Sampo Pantene) = The Effect of digital media interaction on consumers trust towards brand (study on the use of digital media by Sunilk and Pantene)

Nurina Ayuwardhani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20293651&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas bagaimana interaksi yang dilakukan melalui media digital dalam mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap suatu merek dilihat dari tiga aspek user to user, user to document, dan user to user. Pendekatan yang digunakan ialah kuantitatif dengan desain eksplanatif.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif yang diberikan interaksi melalui media digital terhadap kepercayaan konsumen dan menyarankan agar kedua produk lebih memperhatikan tidak hanya dari materi konten yang diberikan namun juga desain yang ditampilkan; meningkatkan interaksi dengan konsumennya; mengemas informasi dengan semenarik mungkin.

.....This study examines the interaction using the digital media and its effects on the consumer trust towards brand from three of aspects: (1) user to system; (2) user to document; and (3) user to user. The study applies quantitative method with explanative approach.

The results of this study show positive effects of digital media interaction towards consumers trust. It also suggests that Sunilk and Pantene to not limit their focus on the content of the digital media, but also prioritize the design; both products needs to improve the interaction with their consumers; and present the information as attractive as possible.