

Efektivitas promosi pemasaran internet (i-marketing) dalam meningkatkan share konsumen : studi kasus pada UMKM bahan pangan organik bumi Ganesa = The effectiveness of internet marketing campaign (i-marketing) in increasing consumer share : case studies in food organic products SMEs bumi Ganesa

Prima Nurita Rusmaningsih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20299774&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas mengenai value share yang dijalankan oleh konsumen. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis konsumen UMKM bahan pangan organik BUMI Ganesa dalam melakukan value share dengan menggunakan elemen S (share) pada konsep AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) dan menganalisis promosi pemasaran internet yang efektif dalam meningkatkan share konsumen. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian bahwa konsumen melakukan share untuk berbagi informasi mengenai manfaat kesehatan yang terdapat pada produk bahan pangan organik tersebut serta promosi pemasaran internet yang efektif dengan media sosial yang kreatif dan memasukkan hal-hal yang dilakukan dalam share.

.....

The thesis discusses the shared values that are run by consumers. The objective of this study are to analyze consumer of organic foods SMEs BUMI Ganesa in performing share value by using the elements of S (share) on the concept AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share), and to analyze internet marketing campaigns which are effective in increasing the share of consumers. The research approach that have been used is a qualitative descriptive study types. The results of this research shows that consumers do share to deliver information about the health benefits from organic foods products as well as the promotion of effective internet marketing with social media creative and incorporate things that are done in the share.