

Komunikas antar teman peers di twitter dan pengaruhnya terhadap niat pembelian: studi kasus jazz goes to campus = Social media peer communication and impacts on purchase intention study case jazz goes to campus

Syara Latifatun Anisa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20346944&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini menginvestigasi tentang bagaimana komunikasi antar teman di media sosial mempengaruhi niat pembelian tiket Jazz Goes To Campus melalui dua cara, pengaruh langsung melalui penyesuaian diri pada teman-teman (peers) dengan dimoderasi kebutuhan untuk tampil beda dan tidak langsung melalui mediasi product involvement. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain deskriptif. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa pengaruh langsung komunikasi antar teman tidak mempengaruhi sikap terhadap produk secara signifikan serta kebutuhan untuk tampil beda tidak memiliki peran moderasi yang berarti di antara kedua variabel tersebut.

.....

This study investigates how social media peer communication affecting the purchase intention of Jazz Goes To Campus-ticket in two ways: directly through conformity with peers moderated by need for uniqueness and indirectly by reinforcing product involvement. This research is quantitative descriptive interpretive. The result revealed that direct effect of peer communication did not affect the product attitude significantly neither did need for uniqueness with its moderating role between two variables.