

Analisa pengaruh personal branding dalam social media dan brand awareness terhadap minat beli : studi kasus IPPHO Santosa dalam twitter = The effect of personal branding on social media and brand awareness to consumer buying interest : study case IPPHO Santosa on twitter

Sadariyah Ariningrum Wijiastuti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20445881&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas mengenai pengaruh personal branding dalam social media serta pengaruh keduanya terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif bersifat eksplanatif dan metodologi yang digunakan melalui survey. Responden dalam penelitian ini adalah follower dari Twitter Ippho Santosa sejumlah 199 orang. Metode analisa data dilakukan dengan analisa statistik deskriptif dan regresi linier untuk membuktikan hipotesa dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding dalam social media berpengaruh terhadap brand awareness, dan keduanya mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen.

.....

This research discusses the effect of personal branding on social media and brand awareness to consumer buying interest. This research uses positivistic paradigm with quantitative explanatory approach and using survey as a research method. The respondents are followers of Ippho Santosa Twitter amounted 199 people. Method of data analysis was done with descriptive statistical analysis and linear regression to prove the hypothesis in this study. The result show that personal branding on social media affect brand awareness, and both also have effect on consumer buying interest.