

Pengaruh social media marketing efforts terhadap consumer purchase intention: studi pada Tokopedia = The effect of social media marketing efforts on consumer purchase intention: study on Tokopedia

Hana Afifa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20457321&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Social media marketing efforts merupakan faktor penting dalam memprediksi perilaku pembelian, sehingga social media marketing efforts perlu diwujudkan agar consumer dapat memiliki minat untuk melakukan pembelian terhadap suatu brand. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh social media marketing efforts terhadap consumer purchase intention dengan objek penelitian yaitu Tokopedia, sebuah e-commerce di Indonesia. Sampel pada penelitian ini adalah 103 responden yang mengetahui dan pernah menerima postingan dari social media Tokopedia, serta belum pernah melakukan pembelian pada situs Tokopedia. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif eksplanatif dengan analisis data menggunakan multiple regression dengan SPSS 23. Hasil dari penelitian ini menunjukkan social media marketing efforts mempengaruhi consumer purchase intention, dengan entertainment dan wom merupakan dimensi yang paling berpengaruh.

<hr>

ABSTRACT

Social media marketing efforts is an important factor in predicting the consumer behavior on purchase intention, therefore the social media marketing efforts need to be embodied on behalf of consumers can make intention to purchase towards a brand. The purpose of this research was to analyze the influence of social media marketing efforts of consumer purchase intention with the object of research is Tokopedia, an e-commerce in Indonesia. The samples on this research were 103 respondents who knew social media account of Tokopedia, and never done any purchase on Tokopedia, with the purposive sampling technique. This research was a quantitative explanative research with data analysis using multiple regression with SPSS 23. The results of this research showed that social media marketing efforts affects consumer purchase intention and the entertainment WoM are the dimensions of the social media marketing efforts that has the most influential.