

Hubungan personal attribution terhadap brand image pada media sosial instagram studi pada khalayak instagram brand 20 fit = Relationship between personal attribution to brand image on social media instagram study on brand 20 fit instagram audience

Kalyana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20465574&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dewasa ini pemanfaatan media sosial Instagram sudah tidak lagi terbatas untuk kebutuhan pribadi namun juga untuk kebutuhan bisnis. Salah satu merek yang memanfaatkan Instagram untuk membangun brand image adalah 20 FIT. Pembentukan citra tersebut tidak akan selalu ditangkap secara sama oleh seluruh khalayaknya dikarenakan adanya proses atribusi yang berbeda-beda. Penelitian kuantitatif ini bertujuan menganalisis hubungan antara personal attribution terhadap brand image pada Instagram 20 FIT. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang cukup di antara kedua hal tersebut.

<hr>

ABSTRAK

Today, the use of social media Instagram is no longer limited to personal needs but also for business needs. One brand that uses Instagram to build a brand image is 20 FIT. Unfortunately, the formation of the image will not always be captured equally by the whole audience due to the different attribution process. This quantitative research aims to analyze the relationship between personal attribution to brand image on 20 FIT Instagram account. The results of the study indicate a sufficient relationship between the two things.