

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi brand post popularity di industri e-commerce = Analysis of factors influencing brand post popularity in e-commerce industry

Hebert Kostan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20467777&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Industri e-commerce adalah industri yang paling bergantung pada pemasaran media sosial. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menjadi acuan bagi perusahaan-perusahaan e-commerce dalam membuat strategi pemasaran di media sosial dengan menganalisa faktor-faktor apa saja yang berpengaruh pada peningkatan brand post popularity share, like, reactions dan komentar dan bagaimana pengaruhnya. Faktor-faktor yang akan dianalisa diadopsi dari beberapa studi sebelumnya yaitu tingkat vividness, tingkat interactivity, durasi di posisi teratas, dan panjang pesan. Data yang akan diobservasi adalah 136.009 status dari 75 brand e-commerce yang memiliki akun di Facebook dan kemudian akan dianalisa menggunakan analisa regresi poisson.

<hr>

ABSTRACT

E commerce industry is the industry most dependent on social media marketing. The aim of this study is to be a guide for brands to help them create a solid social media marketing strategy by analyzing factors influencing brand post popularity shares, likes, reactions, and comments and how these factors influence. The factors that will be analyzed are adopted from previous studies and they are levels of vividness, levels of interactivity, duration on top and message length. The data that will be used to be analyzed consists of 136.009 statuses from 75 e commerce brands that has a brand page on Facebook. Then, the data will be tested via poisson regression analysis.