

Analisis customer engagement lois jeans di era digital = The analysis of lois jeans customer engagement in digital era

Anggraeni Joga, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482096&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini membahas pengaruh media sosial dalam mewujudkan customer engagement yang dimoderasi oleh co-creation pada brand LOIS Jeans. Dewasa ini internet memegang peranan penting dalam era digital, terutama dalam dunia marketing yang dilakukan melalui media sosial. Penelitian ini adalah penelitian metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode survey. Dimana perangkat yang digunakan adalah kuesioner yang disebarakan kepada follower media sosial LOIS Jeans Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis penelitian dan menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti. Hasil dari penelitian ini ialah membuktikan adanya pengaruh media sosial terhadap customer engagement yang dimoderaasi oleh co-creation. Melalui penelitian ini dapat disimpulkan bahwa media sosial LOIS Jeans Indonesia dapat digunakan sebagai sarana dalam digital marketing untuk meningkatkan customer engagement.

<hr>

<i>ABSTRACT</i>

The research discussed about the influence of social media to create customer engagement that moderated by co-creation on LOIS Jeans brand. Nowadays, internet held an important role in digital era, especially on marketing that is done through social media. This research is quantitative research method with collection data technique using questionnaire that is spread out to the follower of LOIS Jeans Indonesia social media. The purpose of this research is to test the research hypothesis and explain the correlation between research variables. The outcome of this research is to prove the influence of the social media to customer engagement that moderated by co-creation. The conclusion of this research is social media can be use as tool in digital marketing to increasing customer engagement.</p>