

Pengaruh social media marketing terhadap customer relationship dan minat beli konsumen e-commerce Tokopedia : studi pada followers Instagram Tokopedia di DKI Jakarta = Impacts of social media marketing towards customer relationships consumer purchase intention on e-commerce Tokopedia: study of Tokopedia Instagram followers in Jakarta capital region

Kumala Fitri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482328&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi yang pesat, melahirkan era digital yang semakin merubah gaya berbelanja masyarakat menjadi serba online. Hal ini memicu pertumbuhan e-commerce yang sangat tinggi dan menyebabkan persaingan dalam industri e-commerce menjadi sangat ketat. Untuk mengatasi persaingan yang ketat, perusahaan e-commerce penting untuk membangun hubungan dengan konsumennya dan juga membangun minat beli konsumennya. Strategi yang bisa dilakukan yaitu dengan pemasaran melalui sosial media.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis tentang pengaruh social media marketing yang dijalankan oleh Tokopedia melalui akun Instagram Tokopedia itu sendiri terhadap customer relationship dan minat beli konsumennya, dan juga menganalisis pengaruh customer relationship terhadap minat beli konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan survei penyebaran kuesioner. Data yang didapat dari 130 responden diolah menggunakan SPSS 25. Pengukuran dilakukan dengan metode analisis regresi berganda.

Hasil yang ditemukan bahwa social media marketing berpengaruh secara signifikan terhadap customer relationship dengan F (Sig.) 22.691 (0.000) dan 17.637 (0.000). Social media marketing berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen dengan F (Sig.) 16.010 (0.000). Serta ditemukan juga bahwa customer relationship berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dengan F (Sig.) 51.188 (0.000).

.....As technology is growing rapidly, peoples shopping styles transformed into digital way. This triggered a very high number of e-commerce growth and caused an intense competition in the e-commerce industry. To overcome the intense competition, e-commerce companies are important to build relationships with their customers and also to build a consumer purchase intention. One of a strategy which can be done is by marketing through social media.

Therefore, this study aims to analyze the influence of social media marketing carried out by Tokopedia through the Tokopedias Instagram, towards customer relationship and consumer purchase intention and also analyze the influence of customer relationship on consumer purchase intention.

This research is a quantitative study using a questionnaire survey. Data obtained from 130 respondents were processed using SPSS 25 with multiple regression analysis methods.

The results find that social media marketing has a significant effect on customer relationship with F (Sig.) 22.691 (0.000) and 17.637 (0.000), social media marketing has a significant effect on purchase intention with F (Sig.) 16.010 (0.000) and also customer relationship has a significant effect on consumer purchase

intention with F (Sig.) 51.188 (0.000).