

Pengaruh social media marketing efforts perusahaan e-commerce blibli.com terhadap brand equity dan customer response pada pengguna di daerah Jakarta = The effect of social media marketing efforts e-commerce company blibli.com on brand equity and customer response in the user on Jakarta City

Irfan Octavianto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20491589&lokasi=lokal>

Abstrak

Saat ini berkat kemajuan informasi dan teknologi membuat social media marketing efforts telah dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam rangka mengembangkan brand equity yang dimiliki serta untuk memunculkan suatu customer response oleh para konsumennya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh social media marketing efforts terhadap brand equity dan customer response. Penelitian ini dilakukan di Jakarta dengan objek penelitian e-commerce Blibli.com.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan metode survei dengan cara memakai purposive sampling terhadap populasi. Jumlah responden yang ada di dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan pengguna Blibli.com yang pernah melihat media sosial Blibli.com dan berbelanja setidaknya satukali.

Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner serta menggunakan analisis regresi linear, regresi berganda, dan analisis jalur. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa social media marketing efforts memiliki pengaruh yang signifikan terhadap brand equity dan customer response.

.....Nowadays technology and information era has made social media marketing efforts being a tool for company to strengthen their brand equity also to bring up customer response on their consumer. The purpose of this research is to explain the effect of social media marketing efforts on brand equity and customer response. This research is conducted in Jakarta with the object of e-commerce company Blibli.com. This research uses a quantitative approach to gather the data using a survey method that implements purposive sampling to the population. Total respondents in this research are 100 sample which is the user of Blibli.com and have purchase with them at least once also had seen social media of Blibli.com.

In this study, survey through questionnaire are the instrument of the study and using linear regression, multiple regression, and path analysis as the method of analyzing the outcome. The result of this study indicates that there is significant positive effect between social media marketing efforts on brand equity and customer response.