

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Social Media Marketing dan Manfaat Penggunaan Social Media Marketing Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Jabodetabek dan Bandung = Factors that Influence the Use of Social Media Marketing and the Benefits of Using Social Media Marketing in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Jabodetabek and Bandung

Mikhail Barenov, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20500139&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan social media marketing dan manfaat penggunaan social media marketing pada usaha kecil dan menengah (UKM) di Jabodetabek dan Bandung. Desain riset yang digunakan adalah konklusif deskriptif. Metode pengumpulan data melalui survey langsung, penyebaran kuesioner kepada pemilik UKM, dan focus groups discussion. Metode sampling yang digunakan adalah non-probability sampling. Kriteria sampel berupa usaha kecil dan menengah. Unit analisis yang diteliti adalah UKM di Jabodetabek dan Bandung yang menggunakan social media marketing. Analisis data menggunakan partial least square. Hasil penelitian menunjukkan hampir semua variabel yang diuji memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, kecuali media effectiveness.

.....This study discusses the factors that influence the use of social media marketing and the benefits of using social media marketing in small and medium enterprises (SMEs) in Greater Jakarta and Bandung. The research design used is descriptive conclusive. Data collection methods are through direct surveys, distributing questionnaires to SME owners, and focus groups discussions. The sampling method used is non-probability sampling. The sample criteria are small and medium enterprises. The unit of analysis under study is SMEs in Greater Jakarta and Bandung that use social media marketing. Data analysis used partial least square. The results of the study show almost all of the tested variables have a positive and significant effect, except for media effectiveness.