

Pengaruh aktivitas pemasaran menggunakan media sosial pada ekuitas merek dan respons pelanggan pria pada merek jam tangan di Indonesia = Effect of marketing activities using social media on brand equity and men customer response on watch brand in Indonesia

Akbari Jamalullail Faisal, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20503343&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas pemasaran menggunakan media sosial mempengaruhi ekuitas merek dan respons pelanggan pria pada merek jam tangan di Indonesia. Penelitian dilakukan dengan metode kuesioner online. Penelitian ini menunjukkan bahwa kustomisasi, hiburan dan interaksi merupakan faktor terkuat yang mempengaruhi ekuitas merek dan respons pelanggan pria pada merek jam tangan di Indonesia. Sampel yang digunakan sebagai bahan penelitian adalah sebanyak 368 responden yang tersebar di seluruh Indonesia dan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara aktivitas pemasaran menggunakan media sosial terhadap ekuitas merek dan respons pelanggan pria pada merek jam tangan di Indonesia

.....The purpose of this study was to find out how marketing activities using social media affect brand equity and male customer responses to watch brands in Indonesia. This

study shows that customization, entertainment and interaction are the strongest factors that influence brand equity and male customer responses to watch brands in Indonesia. The sample used as the research material was as many as 368 respondents spread throughout Indonesia and showed that there was a positive influence between marketing activities using social media on brand equity and male customer responses to watch brands in Indonesia.