

Examining the correlation between the number of follower and Liwith Brand Trust in Indonesia and Netherlands = Menyelidiki korelasi antara jumlah Followers dan likes terhadap Brand Trust di Indonesia dan Belanda

Katari Fitriani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20506253&lokasi=lokal>

Abstrak

Saat ini, Media Sosial adalah bagian penting dalam strategi pemasaran bisnis. Dengan ketersediaan jaringan yang dapat menghubungkan seluruh dunia, banyak bisnis menggunakan Media Sosial untuk membantu mereka agar tetap terhubung dengan pelanggan mereka dan meningkatkan Brand Trust mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana orang memandang Jumlah Follower dan Likes suatu Brand mempengaruhi Brand Trust di Indonesia dan Belanda. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan melakukan survei online di dua Negara berbeda Indonesia dan Belanda, untuk dua Brand berbeda dengan dua jumlah Followers dan Likes yang berbeda. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah probability sampling dengan teknik simple random sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, kuantitatif (analisis deskriptif), dan regresi linier sederhana dengan uji hipotesis.

..... Currently, Social Media is an essential piece in business marketing strategy. With the availability of connected networks all over the world, many businesses use social media to help them connect with their costumer and increase their Brand Trust. This study aims to determine how people perceive the Number of Brand Followers and Likes affect the brand trust in Indonesia and the Netherlands. In this study, the researcher used quantitative research methods by conducting online surveys In two different Countries Indonesia and Netherlands, for two different brands with two different number of Brand Followers and likes. The method used in sampling is probability sampling with a simple random sampling technique. The analysis technique used in this research is the validity test, reliability test, quantitative (descriptive analysis), and simple linear regression with the hypothesis test.