

Pengaruh pemasaran viral terhadap niat pembelian konsumen (Studi pada pengguna media sosial di DKI Jakarta) = Effect of viral marketing to purchase intention (Case study on social media users in Jakarta)

Rizky Rivaldi Riyadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20515862&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh pemasaran viral Burger King Indonesia terhadap niat pembelian konsumen. Di bulan November tahun 2020, Burger King Indonesia viral di media sosial akibat ajakannya untuk membeli produk dari perusahaan pesaing. Hal ini disebabkan oleh turunnya daya beli masyarakat akibat Pandemi Covid-19. Selain itu, kehadiran Pandemi Covid-19 juga menyebabkan industry makanan dan minuman mengalami penurunan keuntungan bahkan mencapai kerugian. Pemasaran Burger King Indonesia juga dilakukan untuk menyelamatkan karyawan dari PHK akibat penurunan penjualan selama pandemi berlangsung. Beberapa pakar marketing mengatakan bahwa apa yang dilakukan oleh Burger King Indonesia tidak berpengaruh terhadap penjualan. Padahal, penelitian sebelumnya menyatakan terdapat pengaruh langsung antara pemasaran viral terhadap niat pembelian konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemasaran viral terhadap niat pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Kuesioner disebar secara daring kepada pengguna media sosial yang mengetahui pemasaran viral Burger King Indonesia di DKI Jakarta. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran viral berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat pembelian konsumen. Penelitian ini merekomendasikan penggunaan "Informasi Terkait Pemasaran Viral Burger King Indonesia Tersedia di Internet" sebagai indikator keberhasilan pemasaran viral Burger King Indonesia.

.....This study discussed the effect of Burger King's viral marketing on consumer purchase intentions. In November 2020, Burger King Indonesia went viral on social media due to its suggestion to buy products from a competitor. Burger King's viral marketing happens because of the Pandemic Covid-19 that affected the companies and its competitor. Its campaign is about saving employees from laying off due to decreased sales during the pandemic. Some marketing experts say that Burger King Indonesia's viral marketing does not affect sales. Previous research stated that there was a direct influence between viral marketing and consumer purchase intentions. Therefore, this study aims to analyze the effect of viral marketing on consumer purchase intentions. This study uses a quantitative approach. The questionnaire was distributed online to people who understand Burger King Indonesia's viral marketing through social media in DKI Jakarta. Data on this research is analyzed using simple linear regression. The results showed that viral marketing had a significant and positive effect on consumer purchase intentions. This research recommends Burger King Indonesia to use "The Information About Burger King Indonesia's Viral Marketing Are Available On The Internet" as the indicator to see whether Burger King Indonesia's Viral Marketing success or not.