

Pengaruh social media marketing activity terhadap purchase intention (studi pada pengikut Instagram Spotify di Jabodetabek) = The effect of social media marketing activity on purchase intention (study on Spotify Instagram Followers in Jabodetabek)

Mochamad Syafei Mustafa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20523938&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Social Media Marketing Activity terhadap Purchase Intention yang dimana dilihat dari pengikut Instagram Spotify di Jabodetabek. Jenis penelitian yang digunakan adalah eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam mengambil sampel, teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah non-probability sampling. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah konsumen pengguna Spotify premium serta mengikuti Spotify di platform media sosial Instagram dan berdomisili di Jabodetabek. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 210 orang. Instrumen pada penelitian ini menggunakan kuesioner online dalam bentuk Google Form dan data yang didapatkan diolah menggunakan SPSS dan SmartPLS melalui analisis statistik deskriptif dan SEM-PLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapatnya pengaruh Social Media Marketing Activity terhadap Purchase Intention dan Brand Equity, serta pengaruh Brand Equity terhadap e-WOM yang positif serta signifikan pada pengikut Instagram Spotify di Jabodetabek.....This study aims to analyze the effect of Social Media Marketing Activity on Purchase Intention on Spotify Instagram Followers in Jabodetabek. The type of the study is explanative with quantitative approach. In taking samples, the technique uses in this study is non-probability sampling. The sample criteria in this study are consumer who have subscribe on Spotify Premium also followed Spotify on social media platform and domiciled in Jabodetabek. The number of respondents in this study were 210 people. The instrument used in in this study is online questionnaire by Google Form and the data obtained were processed using SPSS and SmartPLS through descriptive statistical analysis and SEM-PLS. The results of this study indicate that the effect of Social Media Marketing Activity on Purchase Intention and Brand Equity, also the effect of Brand Equity on e-WOM are positive influences and significant on Spotify Instagram followers in Jabodetabek