

# Analisis Pengaruh Social Media Communications, Brand Equity, dan Satisfaction terhadap Behavioral Intentions pada Pelanggan Jazz Goes to Campus: Generasi Y vs Generasi Z = Analysis of the Effect of Social Media Communications, Brand Equity, and Satisfaction on Behavioral Intentions among Jazz Goes to Campus Customers: Generation Y vs Generation Z

Muhammad Ishmael Raffly Geneva Widhiarto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920524303&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Dalam konteks festival musik, adanya media sosial tentunya dapat meningkatkan pengaruh penikmat festival musik Jazz Goes To Campus dan juga respon atau niat perilaku dari pelanggan setelah menikmati festival musik. Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah cross-sectional dengan metode purposive sampling. Penelitian ini menganalisis 238 responden dengan rentang usia 18-42 tahun yang dibagi menjadi dua kelompok generasi, yaitu generasi Y dan Z termasuk pelanggan dan mengikuti Instagram Jazz Goes To Campus. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survei online dan data yang didapat diolah dengan teknik Partial Least Squares – Structural Equation Modelling (PLS-SEM). Hasil dari olahan data menunjukkan bahwa sebagian besar hubungan signifikan memengaruhi secara positif dengan hubungan yang memiliki pengaruh terbesar adalah Overall Brand Equity terhadap Satisfaction. Namun, Social Image hanya memiliki pengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap Overall Brand Equity. Selain itu, perbandingan kelompok generasi memiliki perbedaan dimana generasi Z memiliki hubungan lebih kuat dibandingkan dengan generasi Y, namun hanya pada beberapa hubungan.

.....In the context of music festivals, the existence of social media can certainly increase the influence of Jazz Goes To Campus music festival audiences and also the behavioral responses or intentions of customers after enjoying music festivals. The research design used in this study is cross-sectional with purposive sampling method. This study analyzed 238 respondents with an age range of 18-42 years who were divided into two generational groups, namely generations Y and Z including customers and following Jazz Goes To Campus Instagram. The data collection method used is an online survey and the data obtained is processed using Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) technique. The results of the processed data show that most of the significant relationships affect positively with the relationship that has the greatest influence is Overall Brand Equity on Satisfaction. However, Social Image only has a negative but insignificant influence on Overall Brand Equity. In addition, the comparison of generation groups has a difference where generation Z has a stronger relationship than generation Y, but only in some relationships.