

Pengaruh media facebook terhadap brand equity dan keputusan pembelian di PT. Astra Honda Motor = Effect of facebook media on brand equity and decisions purchase at PT. Astra Honda Motor

Mikhail Mega Morales, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20481818&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini membahas mengenai pengaruh dari Digital Marketing, dalam hal ini yaitu Facebook Marketing terhadap *Brand Equity* dan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian. Menggunakan metode kuantitatif dan alat pengumpulan data berupa kuisioner. Populasinya adalah para *follower* akun *fanpage* Facebook "We Love Honda Indonesia". Dengan menggunakan metode analisis *Structural Equation Modelling* didapatkan hasil Facebook Marketing berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, namun apabila dibantu dengan *Brand Equity* akan membantu mendongkrak Keputusan Pembelian dibandingkan hanya mengandalkan Facebook Marketing saja.

ABSTRACT

This thesis discusses the influence of Digital Marketing, in this case is Facebook Marketing on Brand Equity and its effect on Purchasing Decisions. Using quantitative methods and data collection tools is questionnaires. The population in this thesis are the followers of Facebook's "We Love Honda Indonesia" fanpage account. By using the Structural Equation Modeling analysis method, the results of Facebook Marketing have a positive effect on Purchasing Decisions, but if assisted with Brand Equity, it will help boost Purchasing Decisions compared to relying on Facebook Marketing only.