

Pengaruh “Youtube Vlogger Characteristics” terhadap Keinginan Membeli Konsumen (Studi Kasus Brand Sepatu Nike) = Effect of “Youtube Vlogger Characteristics” to Consumer’s Purchase Intention (Case Study Nike Shoes Brand)

Yohanes Raymond Adikarta, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20516112&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam era modern ini membawa banyak perubahan yang signifikan dalam hal life style. Manusia modern berpikir tentang seberapa penting status itu. Indikator untuk mengukur seberapa tinggi status adalah dengan melihat atribut fashion mereka pakai. Fashion memberikan kepercayaan diri yang lebih kepada seseorang dan termasuk dalam salah satu dari kategori produk mewah. Salah satu dari merk mewah adalah produk fashion yang sedang digandrungi adalah produk sepatu Nike. Merk mewah adalah produk yang mahal, eksklusif, prestisius dan memberikan emotional value dalam customer experience. Banyak produk mewah telah memakai strategi sosial media dan terbukti berhasil. Oleh karena itu, Nike React Element 87 akan mencoba strategi ini lewat User Generated Content (UGC) memakai media Youtube. Indikator untuk mengukur Youtube Vlogger yang tepat adalah berdasarkan jumlah subscribers atau viewers. Penelitian ini akan mencoba membantu marketing dari sepatu Nike untuk menemukan Vlogger yang tepat untuk memasarkan Nike React Element 87. Hasil yang didapat dari penelitian ini menunjukkan bahwa Boim Lenno memiliki Physical Attractiveness, Social Attractiveness dan Attitude Homophily yang mampu menghasilkan Para Social Interaction dengan penontonnya sehingga membentuk Brand Value, Brand Luxury dan Brand Imagery Fit, namun hanya Brand Value saja yang berpengaruh positif terhadap Purchase Intention dari Nike React Element 87.

.....In this modern era right now brings a significant changing on life style. The modern people think of how important that the status is. Indicator to measure how high people status is by looking at the attribute they wear, called fashion. Fashion brings confident to somebody. One of the fashion icon that became trend nowadays is Nike product. Luxury brand is high quality product and also service that expensive, exclusive, prestigious, authentic, offering high level of emotional value through consumer experience. Based on several of luxury brand above that has already done with social media marketing strategy, Nike React Element 87, will try this strategy. Through social media, consumers can easily and quickly access User Generated Content (UGC) that contain review and information related to the product. The indicator to measure in choosing the right vlogger based on total subscribers or viewers. So, this paper made to help marketer of Nike shoes to select the right Vlogger for Nike React Element 87. As the result, Boim Lenno has physical attractiveness, social attractiveness and attitude homophily that can produce Para Social Interaction with the viewers so can shape Brand Value, Brand Luxury and Brand Imagery Fit, but the interesting thing is only Brand Value that has positive effect to Purchase Intention of Nike React Element 87.