

Pengaruh Social Media Marketing Efforts Terhadap Brand Equity dan Consumer Response (Studi Pada Konsumen Starbucks Indonesia di Jakarta) = The Effect of Social Media Marketing Efforts on Brand Equity and Consumer Response (Study on Starbucks Indonesia's Consumer in Jakarta)

Rayhan Rizki Dharmawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920534006&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Social Media Marketing Efforts terhadap Brand Equity dan Consumer Response pada konsumen Starbucks Indonesia di Jakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam mengambil sampel, teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Starbucks Indonesia, mengikuti Starbucks di platform media sosial dan berdomisili di Jakarta. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 256 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 bahwa seluruh hubungan yang dimiliki dalam model penelitian signifikan dan memiliki pengaruh positif.

.....This study aims to analyze the effect of Social Media Marketing Efforts on Brand Equity and Consumer Response on Starbucks Indonesia's consumer in Jakarta. The type of the study is explanative with quantitative approach. In taking samples, the technique uses in this study is non-probability sampling with purposive sampling approach. The sample criteria in this study are consumer who have bought Starbucks Indonesia products, followed Starbucks Indonesia on social media platform and domiciled in Jakarta. The number of respondents in this study were 256 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 all relationships held in the research model are significant and had positive influences.