

Evaluating the Effect of Social Media Micro Influencers on Drumstairs Sales : Exploring the Mediating Role of Characterization Among Gen Z Tiktok Users in Jabodetabek = Mengevaluasi Efek Micro Influencers Media Sosial Terhadap Penjualan Drumstairs: Menjelajahi Peran Media antara Karakteristik di Kalangan Gen-Z Pengguna Tiktok di Indonesia

Fella Naziq Ganis, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920550753&lokasi=lokal>

Abstrak

This study investigates the impact of social media micro-influencers on Drumstairs sales, specifically examining the mediating role of characterization among Gen-Z TikTok users in the JaBoDeTaBek region. Utilizing quantitative approach, the research collected quantitative data through surveys. The findings reveal that micro-influencers significantly influence purchasing decisions, with characterization playing a crucial mediating role. Notably, authenticity, relatability, and the perceived credibility of influencers enhance their effectiveness. These insights offer valuable implications for marketers aiming to leverage micro-influencers in targeting Gen-Z consumers.

.....Penelitian ini menyelidiki dampak micro-influencer media sosial terhadap penjualan Drumstairs, khususnya memeriksa peran mediasi dari karakterisasi di kalangan pengguna TikTok Gen-Z di wilayah JaBoDeTaBek. Menggunakan pendekatan metode campuran, penelitian ini mengumpulkan data kuantitatif melalui survei dan wawasan kualitatif melalui diskusi kelompok terfokus. Temuan mengungkapkan bahwa micro-influencer secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian, dengan karakterisasi memainkan peran mediasi yang penting. Terutama, keaslian, keterkaitan, dan kredibilitas yang dirasakan dari influencer meningkatkan efektivitas mereka. Wawasan ini menawarkan implikasi berharga bagi pemasar yang bertujuan untuk memanfaatkan micro-influencer dalam menargetkan konsumen Gen-Z.