

ABSTRAK

Siska Indriani (00000004258)

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP PEMBENTUKAN *PURCHASE INTENTION* DAN *CUSTOMER EQUITY*

(xii + 102 halaman; 4 Gambar; 20 Tabel; 6 Lampiran)

Keberhasilan situs jejaring sosial dan tren yang berkembang memungkinkan perusahaan menggunakan media sosial sebagai alat untuk promosi. *Social media marketing* memiliki peran penting dalam memberikan informasi, membangun preferensi, dan pilihan pembelian kepada konsumen. Saat ini, konsumen lebih informatif dan tertarik untuk mencari fitur produk secara *online* sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, perlu diteliti faktor-faktor yang menimbulkan *purchase intention* terhadap produk yang dijual di media sosial.

Penelitian ini menganalisis pengaruh *social media marketing* terhadap *customer relationship management* (CRM) dan pendorong *customer equity*, yaitu *brand equity*, *value equity*, dan *relationship equity*. Selain itu juga dianalisis pengaruh CRM dan pendorong *customer equity* terhadap *purchase intention* konsumen pada produk tas di media sosial, serta pengaruhnya terhadap *customer equity*.

Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 orang, yang merupakan pengguna media sosial Instagram, serta pernah membeli produk tas melalui Instagram. Metode penelitian menggunakan *judgmental sampling*, dengan kuesioner skala *Likert 5-points*. Analisis data karakteristik responden diukur dengan *software* SPSS, sedangkan analisis model penelitian dilakukan menggunakan SEM yang dibantu dengan *software* SmartPLS.

Berdasarkan hasil penelitian, *purchase intention* konsumen terhadap produk tas di media sosial Instagram dipengaruhi oleh CRM, *brand equity*, *value equity*, dan *relationship equity*, di mana keempat variabel tersebut dipengaruhi oleh *social media marketing*. *Purchase intention*, *brand equity*, dan *relationship equity* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer equity*, sedangkan *value equity* tidak mempengaruhi *customer equity* secara signifikan.

Referensi: 102 (1991-2015)

Kata kunci: *social media marketing*, *customer relationship management*, *customer equity drivers*, *purchase intention*