

SUMMARY

PENGARUH DAYA TARIK KONTEN MARKETING AKUN TIKTOK @SOMETHINCOFFICIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC

Created by PRISKA GOZZOLINI OPAT

Subject : Marketing, Konten Tiktok, Produk Somethinc
Subject Alt : Marketing, Tiktok Content, Somethinc Products
Keyword : Komunikasi Pemasaran;Daya Tarik;Keputusan Pembelian

Description :

Hadirnya teknologi digital, membuka peluang baru bagi pelaku bisnis untuk memanfaatkannya sebagai pemasaran digital. Para pelaku bisnis mulai aktif membuat konten di TikTok agar bisa menjangkau calon konsumen. Konten marketing yang dibuat mempunyai tujuan untuk menginformasikan suatu produk sehingga target konsumen dapat mengetahui dan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Keputusan pembelian konsumen menjadi hal yang penting bagi kemajuan suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan loyalitas konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh daya tarik konten marketing akun tiktok @somethincofficial terhadap keputusan pembelian produk somethinc. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang memenuhi kriteria sampel dan diambil dengan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Daya Tarik Konten Marketing akun Tiktok @somethincofficial terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc

Contributor : YUMELDA SARI, S.Sos, M.Si
Date Create : 16/05/2024
Type : Text
Format : PDF
Language : Indonesian
Identifier : UEU-Undergraduate-20190501046
Collection : 20190501046
Source : Undergraduate Theses of Broadcasting
Relation Collection Fakultas Ilmu Komunikasi
COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul
Right : @2024 Perpustakaan Universitas Esa Unggul

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor