

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh social media marketing activities, brand image, brand awareness, dan brand preference terhadap purchase intention pada konsumen muda e-commerce. Generasi Z adalah generasi kelahiran tahun 1995-2010 yang mana mereka sangat akrab dengan media sosial sehingga, kehadiran internet dan teknologi menjadi komponen penting bagi kehidupan dan aktivitas mereka. Mayoritas generasi Z menggunakan layanan digital salah satunya adalah untuk belanja online di e-commerce. Data diperoleh dari kuesioner online yang disebarluaskan melalui media sosial. Responden berjumlah 270 orang yang berasal dari 10 dikalikan dengan 27 indikator butir pertanyaan kuesioner sehingga didapatkan total jumlah responden yang diperlukan dalam penelitian. Sampel diambil menggunakan metode nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling. Adapun kriteria responden adalah konsumen Shopee berumur 13-15 tahun yang pernah melihat iklan Shopee di social media dan minimal melakukan pembelian sebanyak dua kali. Variabel endogen yang digunakan dalam penelitian ini adalah purchase intention sementara variabel eksogen yaitu social media marketing activities. Variabel intervening yang digunakan adalah brand image, brand awareness, dan brand preference. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan confirmatory factor analysis untuk melakukan uji validitas dan nilai construct reliability untuk uji reliabilitas. Hasil yang didapatkan, seluruh variabel serta indikator valid dan reliabel. Kemudian untuk uji hipotesis, peneliti menggunakan structural equation modeling (SEM) dengan perangkat lunak AMOS 24. Hasil yang diperoleh adalah social media marketing activities berpengaruh positif terhadap brand image, brand awareness, dan brand preference. Selanjutnya brand image dan brand awareness berpengaruh positif terhadap brand preference. Selain itu brand preference berpengaruh positif terhadap purchase intention.

Kata Kunci: brand awareness, brand image, brand preference, e-commerce, purchase intention, social media marketing activities.