

ABSTRAK

PENGARUH CONTENT MARKETING DAN ELECTRONIC WORD
OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

PADA PRODUK THE ORIGINOTE

Oleh:

Oktavia Tri Nuriyah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh content marketing dan electronic word of mouth terhadap minat beli konsumen pada produk The Originote. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh calon konsumen produk The Originote. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* maka diperoleh 100 responden. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Structural Equation Modelling menggunakan metode Partial Least Square (PLS). Hasil analisis menyatakan bahwa content marketing berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk The Originote melalui electronic word of mouth

Kata Kunci: Content Marketing, Minat Beli Dan Electronic Word Of Mouth

Mari ulaslah
1/11/2014