

ABSTRAK

Nama: Christopher Prase

Program Studi: Kewirausahaan

Judul: Pengaruh Influencer terhadap Brand Equity dan Sales Sepatu Sneakers bagi Konsumen Generasi Z di Jakarta

Tren pemasaran secara *digital* terus berkembang pesat, terutama setelah terjadinya pandemi Covid-19. Salah satu alat pemasaran *digital* yang berkembang pesat beberapa tahun terakhir adalah *influencer marketing*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *influencer* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *brand equity* dan *sales*, serta apakah *brand equity* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *sales*. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah menggunakan penelitian kuantitatif statistik deskriptif dengan analisa *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan *software* SmartPLS. Peneliti menemukan bahwa *influencer marketing* merupakan salah satu alat pemasaran yang sangat efektif yang dapat digunakan oleh perusahaan atau *brand* untuk meningkatkan *brand equity* dan *sales*. Perusahaan disarankan untuk menjadikan *influencer* menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari perusahaan yang berhubungan dengan *public relation*, seperti *brand ambassador*, kerjasama berjangka, kolaborasi terbatas, dan lainnya.

Kata Kunci: Influencers, Sales, Brand Equity, Generasi Z, Sepatu Sneakers

ABSTRACT

Name: Christopher Prase

Study Program: Kewirausahaan

Title: The Influence of Influencers on Brand Equity and Sales of Sneakers for Generation Z Consumers in Jakarta

Digital marketing trends continue to grow rapidly, especially after the Covid-19 pandemic. One of the digital marketing tools that has developed rapidly in recent years is influencer marketing. The purpose of this research is to find out whether influencers have a significant positive effect on brand equity and sales, and whether brand equity has a significant positive effect on sales. The research approach used is to use descriptive statistical quantitative research with Partial Least Square (PLS) analysis using SmartPLS software. Researchers found that influencer marketing is a very effective marketing tool that companies or brands can use to increase brand equity and sales. Companies are advised to make influencers an integral part of companies that deal with public relations, such as brand ambassadors, futures collaborations, limited collaborations, and others.

Keyword: 3