

ABSTRAK

Nama : Alifa Azeda
Program Studi : Manajemen
Judul : Upaya Pemasaran Media Sosial Merek Mewah: Pengaruh Pada Respon Konsumen (Studi Kasus Buttonsscarves Kabupaten Bireuen)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Upaya Pemasaran Media Sosial Merek Mewah: Pengaruh Pada Respon Konsumen (Studi Kasus Buttonsscarves Kabupaten Bireuen). Upaya pemasaran media sosial dalam penelitian ini menggunakan indikator hiburan, interaksi, trendi, kostumisasi, dan *word of mouth* untuk melihat pengaruh pada respon kosumen. Objek penelitian adalah masyarakat Kabupaten Bireuen. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah pelanggan atau pengguna produk buttonsscarves. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara membagikan kuesioner pada pengguna produk buttenscarves. Sampel dalam penelitian ini adalah 110 orang yang pernah membeli produk bottonscraves di Kabupaten Bireuen. Teknik pengambilan dample pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling*. Alat analisis yang di gunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel hiburan, trendi dan kostumisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap respon konsumen dan terdapat dua variabel lainnya yaitu interaksi dan *word of mouth* yang berpengaruh negatif signifikan terhadap respon konsumen.

Kata Kunci : Hiburan, Interaksi, Trendi, Kostumisasi, *Word Of Mouth*, Respon Konsumen.

ABSTRACT

Name : Alifa Azeda
Study Program : Management
Title : *Luxury Brand Social Media Marketing Efforts: Influence On Consumer Response (Bireuen County Buttonsscarves Case Study)*

This research aims to determine the Social Media Marketing Efforts of Luxury Brands: Influence on Consumer Response (Case Study of Buttonsscarves, Bireuen Regency). Social media marketing efforts in this research use indicators of entertainment, interaction, trendiness, customization, and word of mouth to see the influence on consumer responses. The research object is the people of Bireuen Regency. The population taken in this research were customers or users of buttonsscarves products. The data used in this research is primary data obtained by distributing questionnaires to users of Buttonsscarves products. The sample in this study was 110 people who had purchased buttonsscarves products in Bireuen Regency. The sampling technique in this research used nonprobability sampling. The analytical tool used is multiple linear regression. The research results show that each of the entertainment, trendy and customization variables has a positive and significant effect on consumer responses and there are two other variables, namely interaction and word of mouth, which have a significant negative effect on consumer responses.

Keywords : *Entertainment, Interaction, Trendy, Customization, Word Of Mouth, Consumer Response.*