

**PENGARUH PROMOSI MEDIA ONLINE TERHADAP EKUITAS  
MEREK MELALUI *BRAND EXPERIENCE* CUSTOMER SHOPEE  
INDONESIA DI ERA *NEW NORMAL*  
(*Survey Pada Customer Dewasa di Jakarta*)**

**ABSTRAK**

Seiring berkembangnya zaman dan teknologi saat ini mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat baik dalam aspek sosial, pemasaran, hingga pendidikan. Adanya teknologi baru saat ini memungkinkan ketika konsumen membutuhkan barang atau jasa dengan keterlibatan tinggi, maka konsumen akan menggali lebih dalam mengenai detail produk ataupun jasa tersebut melalui internet maupun media lainnya dibandingkan dengan yang keterlibatan rendah.

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori S-O-R, peneliti ingin mengetahui apakah ada pengaruh antara promosi online Shopee secara langsung, secara tidak langsung melalui brand experience dan juga pengaruh promosi online Shopee secara bersamaan dengan brand experience terhadap ekuitas merek Shopee pada customer dewasa di Jakarta.

Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah positivistik, dengan metodologi penelitian ini kuantitatif dan metode penelitian yang digunakan adalah survei. Responden dalam penelitian ini adalah 166 orang customer Shopee yang pernah diterpa promosi online Shopee dan memiliki pengalaman terhadap brand Shopee, berusia 20-60 tahun dan berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Cara penentuan jumlah populasi peneliti menggunakan Unknown Population dan sampel menggunakan teknik accidental sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif menggunakan SPSS 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi media online Shopee berpengaruh secara signifikan terhadap ekuitas merek Shopee. Hal ini terlihat dari nilai thitung untuk promosi media online (X) sebesar  $5,052 > 2,349$ . Selain berpengaruh secara langsung promosi online Shopee juga berpengaruh secara tidak langsung dan juga secara bersamaan dengan *brand experience*, hal ini terlihat dari t hitung sebesar  $5,509 > 2,349$ , dan nilai f hitung sebesar  $221,839 > f$  tabel 4,74.

**Kata Kunci :** Promosi Media Online, Shopee, *Brand Experience*, Ekuitas Merek, *New Normal*.

**THE EFFECT OF ONLINE MEDIA PROMOTION ON BRAND EQUITY  
THROUGH SHOPEE INDONESIA'S BRAND EXPERIENCE IN THE  
NEW NORMAL ERA  
(Survey of Adult Customers in Jakarta)**

**ABSTRACT**

*The development of the times and today's technology affects various aspects of people's lives both in social aspects, marketing, to education. The existence of new technology makes it possible when consumers need goods or services with high involvement, then consumers will dig deeper into the details of the product or service via the internet or other media compared to those with low involvement.*

*In this study, the theory used is S-O-R theory, researchers want to know whether there is an influence between online Shopee promotions directly, indirectly through brand experience and also the influence of online Shopee promotions simultaneously with brand experience on Shopee brand equity for adult customers in Jakarta .*

*The paradigm used in this study is positivistic, with a quantitative research methodology and a survey research method. Respondents in this study were 166 Shopee customers who had been exposed to Shopee online promotions and had experience with the Shopee brand, aged 20-60 years, and domiciled in the DKI Jakarta area. How to determine the number of research population using an Unknown Population and the sample using an accidental sampling technique. Methods of data collection using a questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistical analysis using SPSS 23.*

*The results showed that Shopee's online media promotion had a significant effect on Shopee's brand equity. This can be seen from the tcount value for online media promotion (X) of  $5.052 > 2.349$ . Apart from directly influencing Shopee's online promotion, it also indirectly influences brand experience, this can be seen from the t count of  $5,509 > 2,349$ , and the calculated f value of  $221.839 > f$  table 4.74.*

**Keywords:** *Online Media Promotion, Shopee, Brand Experience, Brand Equity, New Normal*