













2019:11). Media sosial memungkinkan konsumen untuk berbagi pengalaman terhadap suatu produk atau merek (Klepek dan Starzyczna, 2018:501)



Saat ini konsumen tidak lagi mudah terpengaruh oleh kampanye pemasaran seperti iklan dan opini ahli dari perusahaan, tetapi lebih memilih untuk mempercayai informasi





