

ABSTRAK

Akhir-akhir ini, perkembangan teknologi informasi berjalan dengan cepat. Begitu juga dengan perkembangan teknologi internet yang memudahkan orang-orang dengan mobilitas tinggi untuk berkomunikasi dengan mudah dimanapun dan kapanpun. Instant messaging merupakan salah satu media alternatif yang digunakan oleh sebagian besar orang untuk berkomunikasi dengan orang lain yang menggunakan teknologi internet. Dalam dinamika pemasaran, konsumen selalu mencari referensi yang lebih dan percaya pendapat dari masyarakat tentang suatu produk. Fenomena ini dalam hal pemasaran sering disebut sebagai word-of-mouth (WOM). Meskipun pertumbuhan pesat pengguna internet selama beberapa tahun terakhir di Indonesia, EWOM masih belum populer di kalangan gamer. Dengan keuntungan yang diberikan oleh EWOM, masih ada beberapa pelanggan yang tidak ingin menggunakan fasilitas ini dengan beberapa pertimbangan. Faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli mungkin berbeda antara setiap penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dimensi EWOM di kaskus media sosial pada pembelian intention, dalam hal ini Mari Kaya di Bandung pada tahun 2015.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan dimesion dari EWOM pada Minat beli diterapkan oleh pemain let's get rich, dan pengaruh dimensi EWOM pada Minat Beli di Bandung. Ada tiga dimensi yang digunakan dalam penelitian ini. Dimensi Intensitas, Kekuatan dari Opini, dan Konten.

Data dikumpulkan dengan menggunakan Kriteria Sampling dengan memilih individu yang memenuhi karakteristik tertentu, dalam hal ini pengguna let's ge rich yang pernah mencoba untuk membeli item premium di Bandung. Ada 400 responden yang diambil dalam penelitian ini. Metode analisis yang digunakan adalah dengan cara analisis deskriptif-kuantitatif dan regresi menggunakan program SPSS ver dari. 17.

Berdasarkan hasil tersebut, meskipun semua tiga dimensi yang mempengaruhi Minat Beli, dimensi kekuatan dari Opini memiliki hasil positif terbesar. Line Messenger harus fokus dan membuat perbaikan pada dimensi ini.

Kata kunci: EWOM, Sosial Media Kaskus, Minat Beli