

## ABSTRAK

Masyarakat saat ini lebih banyak menggunakan internet untuk kebutuhan informasi terbaru, baik itu dalam bentuk Ekonomi, Sosial, maupun Bisnis. Banyak media informasi yang didapat melalui internet. Masyarakat dapat mengakses informasi tersebut melalui beberapa *channel*, salah satunya ialah melalui *Social Media*. Dengan meningkatnya penggunaan internet dan media social yang digunakan, masyarakat dapat mengetahui seluruh informasi yang terkait dengan kebutuhan mereka melalui komunikasi secara personal maupun menyeluruh bahkan tidak hanya itu saja, mereka juga dapat mengetahui seluruh informasi berdasarkan opini masyarakat khususnya pengguna media social. Dengan adanya media social, maka munculah kegiatan E-WOM (*Electronic Word Of Mouth*) dimana kegiatan tersebut dapat dijadikan sebagai sarana promosi yang efektif.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana respon konsumen mengenai pelaksanaan *Electronic Word of Mouth (e-WOM)* pada produk Indihome serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Electronic Word of Mouth (e-WOM)* melalui media sosial terhadap minat beli konsumen pada Indihome. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kausal dengan sifat kuantitatif. Metode pengambilan sampel adalah nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang mengetahui IndiHome melalui media sosial dengan jumlah responden sebesar 100.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, tanggapan konsumen terhadap *Electronic Word Of Mouth* pada produk IndiHome Fiber Purwokerto adalah sebesar 76,58% yang dapat dikategorikan baik, sedangkan pada variabel minat beli ialah sebesar 75% dimana dikategorikan baik. Dalam hasil uji regresi linier sederhana, menunjukkan bahwa koefisien determinasi atau *R Square* mendapatkan nilai sebesar 0,173. Artinya, variabel *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh terhadap *Purchase Intention / Minat Beli* memiliki persentase sebesar 17,3% ( $0,173 \times 100\% = 17,3\%$ ), sedangkan 82,7% dipengaruhi oleh faktor selain *Electronic Word Of Mouth*.

**Kata Kunci :** *Electronic Word Of Mouth, Minat Beli, Media Sosial*