

ABSTRAK

Perkembangan penggunaan internet kini telah mencapai 54,68% atau setara dengan 143,26 juta pengguna dari total penduduk 256,2 juta penduduk di Indonesia (2017). Hal ini dapat dilihat dari internet menjadi kebutuhan hidup masyarakat Indonesia. Penggunaan internet di pulau Jawa mendominasi yaitu sebesar 58,08% dari total pengguna internet di Indonesia (APJII,2018).

Perusahaan Tokopedia merupakan salah satu *market place* (perusahaan yang berbasis industri IT dan telekomunikasi) yang terbesar dan sedang berkembang sangat pesat di Indonesia. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan dan keuntungan perusahaan adalah *electronic word of mouth*. Perusahaan yang memiliki *electronic word of mouth* yang baik maka akan meningkatkan *purchase intention* konsumen di suatu perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap *purchase intention* di Tokopedia. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan metode analisis deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel *electronic word of mouth* termasuk dalam kategori baik dan variabel *purchase intention* termasuk dalam kategori baik. Kesimpulan penelitian ini adalah *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap *purchase intention* di Tokopedia dengan persentase sebesar 40.7%, dan sisanya sebesar 59,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil tersebut dapat diartikan dengan semakin baik *electronic word of mouth* yang dimiliki Tokopedia maka akan semakin baik juga *purchase intention* konsumen di Tokopedia.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth, Pemasaran, Minat beli*