

## ABSTRAK

Industri pariwisata atau perhotelan di Indonesia memiliki banyak potensi, mengingat Indonesia memiliki banyak keindahan alam, keragaman budaya, dan kekhasan, antara lain. Tiktok adalah layanan jejaring sosial berbagi video dan Tiktok telah menjadi aplikasi paling populer di beberapa negara terutama di Indonesia. Banyak orang membuat konten di Tiktok tentang pariwisata dan perhotelan dan mendapat banyak keterlibatan. Saat ini berkemah menjadi salah satu pilihan bagi banyak orang yang ingin menyegarkan diri dari kehidupan sehari-hari. Pineus Tilu *Riverside Campground* merupakan salah satu contoh industri perhotelan yang menarik banyak pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor dimensi Ekuitas Merek (asosiasi merek, kepercayaan merek, nilai yang dirasakan pelanggan, dan loyalitas merek) dan dimensi *E-WOM* (intensitas, kelambanan positif, kelambanan negatif, dan konten) Pineus Tilu yang berkontribusi untuk mempengaruhi niat pembelian kembali pada Pineus Tilu.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan deskriptif-kausal, dimana kuesioner survei disebarkan kepada pelanggan Pineus Tilu yang telah memesan atau membeli di Pineus Tilu. Data diambil dari 355 responden melalui google form. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis SEM-PLS menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dimensi *Brand equity* dan *E-WOM*, *Brand association*, *Brand Trust*, *Customer Perceived Quality*, dan *Brand Loyalty* dikategorikan sangat tinggi. Dari dimensi *E-WOM* yaitu *Positive Valance* dan *Negative Valance* dikategorikan “Sangat Tinggi”, Intensitas dan Konten dikategorikan “Tinggi”. Hasil analisis SEM-PLS menunjukkan bahwa *Brand Association*, *Brand Loyalty*, *Positive Valance*, dan *Content* berpengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention*, Sedangkan *Brand trust*, *Customer Perceived Quality*, *Intensity*, dan *Negative Valance* tidak berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*.

Saran untuk Pineus Tilu adalah meningkatkan *Brand Association* mereka dengan menjaga dan mempertahankan karakteristik mereka dengan menjaga keaslian Pineus Tilu. Pineus Tilu harus meningkatkan *Brand Loyalty*nya dengan memberikan produk dan inovasi baru misalnya dengan menambah fasilitas dan varian produknya yang dapat membuat masyarakat tertarik dengan Pineus Tilu. Pineus Tilu harus meningkatkan Konten mereka dengan memberikan lebih banyak konten tentang informasi produk mereka yang dapat dengan mudah dipahami. Pineus Tilu harus meningkatkan *Positive Valance*-nya dengan meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan dan kualitas produknya sehingga pelanggan akan puas dengan Pineus Tilu.

**Kata Kunci:** *Brand Equity*, *E-WOM*, *Repurchase Intention*