

ABSTRAK

Pertumbuhan teknologi yang berkembang semakin pesat membawa kemajuan teknologi informasi dapat dengan mudah diakses serta membawa dampak baik bagi segala aspek. Salah satu sektor yang berpengaruh akan kemajuan teknologi tersebut yaitu sektor *smartphone*. Di Indonesia industri *smartphone* bertumbuh sangat pesat. Berbagai perusahaan *smartphone* menciptakan inovasi-inovasi terbaru mereka setiap tahunnya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mempertahankan pasar. Salah satu perusahaan *smartphone* ternama di Indonesia yaitu *smartphone* Samsung. Samsung merupakan *smartphone* yang digemari masyarakat dan menduduki posisi Top Brand Award di Indonesia, namun pada beberapa tahun terakhir pangsa pasar *smartphone* Samsung mengalami penurunan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kata elektronik dari mulut ke mulut, citra merek, fitur produk, harga produk, niat beli pada *smartphone* Samsung galaxy S23. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner secara *online*. Populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu masyarakat di Indonesia yang pernah melihat *review online smartphone* Samsung galaxy S23 dan berminat atau termotivasi untuk melakukan pembelian pada *smartphone* Samsung galaxy S23. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dengan menyebarkan kuesioner kepada 385 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *E-WOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *E-WOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *product features* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *product price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *E- WOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* melalui *brand image*.

Berdasarkan penelitian ini, *smartphone* Samsung galaxy S23 disarankan dapat memerhatikan variabel *produc price*, perusahaan dapat meninjau harga yang ditawarkan agar sesuai dengan pasaran yang bersaing dan fitur-fitur yang dimiliki untuk meningkatkan *purchase intention*.

Kata Kunci: kata elektronik dari mulut ke mulut, citra merek, fitur produk, harga produk, niat beli