

ABSTRAK

Dengan semakin berkembangnya teknologi di era digital saat ini di kalangan masyarakat mendorong aktivitas di media sosial, hal ini dimanfaatkan oleh beberapa perusahaan untuk melakukan strategi pemasaran yang disebut dengan electronic word of mouth untuk menghasilkan pangsa pasar yang lebih besar. Latar belakang penelitian ini adalah minat beli konsumen terhadap produk Indomie selalu meningkat dan konsisten setiap tahunnya seiring dengan tingkat promosi yang dinilai dapat menarik sejumlah konsumen. Dengan semakin meningkatnya minat pembelian suatu produk Indomie, maka citra merek Indomie menjadi variabel penting dalam mempengaruhi keputusan minat pembelian, seperti eWom dan citra merek. Di tengah meningkatnya penggunaan media sosial di Indonesia, beberapa perusahaan memanfaatkan hal tersebut untuk melakukan pemasaran digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh EWOM di media sosial Instagram terhadap citra merek dan niat beli produk Indomie. Tujuan lainnya adalah untuk mengetahui bagaimana interaksi eWOM, brand image dan niat beli terhadap produk Indomie yang terjadi di media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan penelitian deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non-probability sampling. Pengambilan kuesioner sebagai pengumpulan data kepada 384 responden. Responden yang terlibat adalah pengguna media sosial Instagram. Penelitian ini memiliki kurang lebih 11 pertanyaan kuesioner dengan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Modeling dengan software SmartPLS.

Hasil dari penelitian ini eWOM berpengaruh terhadap significant terhadap brand image, Brand image berpengaruh significant terhadap purchase intention, eWOM tidak berpengaruh significant terhadap purchase intention, Brand image berpengaruh significant terhadap purchase intension, dan Brand image berpengaruh significant sebagai variable mediasi antara eWOM dan Purchase intention

Kata Kunci : eWOM, Citra Merek, Niat Beli, SEM