

ABSTRAK

Desy Retnowati (01015200013)

PENGARUH VARIABEL KONTEN SOSIAL MEDIA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA SHOPEE INDONESIA. DENGAN DIMEDIASI OLEH VARIABEL *BRAND EQUITY*

(119 halaman; 9 gambar; 43 tabel; 4 lampiran)

Pertumbuhan e-commerce di era sekarang ini semakin pesat dari yang dahulu kita berbelanja secara offline sekarang sudah bisa belanja secara online. Perilaku masyarakat Indonesia banyak yang lebih memilih untuk melakukan belanja secara online menggunakan aplikasi e-commerce. Di perusahaan Shopee Indonesia ditemukan masalah bahwa perusahaan tersebut memiliki followers Instagram lebih banyak dibandingkan Tokopedia, namun memiliki visitor yang lebih kecil dibandingkan Tokopedia dan apakah ini berpengaruh terhadap *purchase intention* dari aplikasi Shopee Indonesia. Lalu, dalam penelitian ini menggunakan variabel *User Generated Social Media Communication*, *Firm Generated Social Media Communication*, dan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) sebagai variabel independen, *Brand Equity* sebagai variabel intervening dan *Purchase Intention* sebagai variabel dependen. *User Generated Social Media Communication* adalah konten dikelola pengguna yang dipersiapkan lewat media transmisi dan dilihat oleh masyarakat umum. *Firm Generated Social Media Communication* yaitu iklan dikelola oleh perusahaan lalu diarahkan dengan strategi pemasaran. *Electronic Word of Mouth* (eWOM) yaitu pendapat negative, positif, ataupun komentar general dan bersifat netral mengenai perusahaan. *Brand Equity* yaitu kombinasi aset yang telah ditanamkan atas nama sebuah merek. *Purchase Intention* yaitu keinginan setiap individu untuk membeli suatu barang. Sampel yang digunakan yaitu sejumlah 100 responden dengan menggunakan rumus Cochran dan pengumpulan data menggunakan kuesioner Google Form lalu diolah menggunakan *software SmartPLS 3.0*. Dari penelitian ini terdapat empat hipotesis yang seluruh hasilnya diterima dan berpengaruh signifikan.

Kata kunci : *User Generated Social Media Communication*, *Firm Generated Social Media Communication*, *Brand Equity*, dan *Purchase Intention*