

Pengaruh electronic word of mouth (EWOM) terhadap kepercayaan merek pada media sosial di kalangan mahasiswi (Studi pada produk body lotion nivea) = The influence of electronic word of mouth (EWOM) on brand trust in social media among female students (Case study in nivea product body lotion).

Arientia Twinarutami, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20345892&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan internet terutama perkembangan aplikasi Web 2 berbasis internet memungkinkan setiap orang berkomunikasi secara interaktif secara pribadi maupun komunitas. Perubahan ini membuat WOM tradisional beralih ke komunikasi elektronik Word of Mouth (eWOM). Komunikasi elektronik ini dilakukan melalui blog, forum, media sosial. Melalui media ini konsumen bertukar informasi tentang produk dan jasa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas argumen, kredibilitas sumber sebagai variabel eWOM pada media sosial terhadap kepercayaan merek pada industri body lotion Nivea. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 120 Mahasiswi FISIP di Universitas Indonesia. Data dianalisa dengan regresi sederhana SPSS versi 16, dari uji data yang dilakukan diperoleh hasil eWOM berpengaruh sebesar 63,2 %.

.....The development of the Internet, especially in internet-based Web application 2 allows anyone to communicate interactively in person or community. This change makes traditional WOM communication switch to electronic Word of Mouth (eWOM). Electronic communication is done through blogs, forums, social media. Through this media consumers exchange information about products and services.

The purpose of this study was to determine the effect of argument quality, source credibility as a variable eWOM in social media on brand trust in the industry Nivea body lotion. Data were obtained through questionnaires spread to 120 FISIP students at the University of Indonesia. Data were analyzed with SPSS version 16 simple regression, and the final results showed that eWOM significantly affect with a power of 63,2 %.