

Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Adopsi Electronic Word of Mouth di Media Sosial serta Pengaruhnya terhadap Brand Awareness, Brand Image, dan Purchase Intention pada Domain .id = Analyzing Factors Affecting Electronic Word of Mouth Adoption on Social Media and Its Effects on Brand Awareness, Brand Image, and Purchase Intention of .id Domain

Mieke Eka Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20511308&lokasi=lokal>

Abstrak

Domain .id adalah nama unik yang diberikan untuk mengidentifikasi individu personal atau institusi baik privat maupun publik di Internet dari Indonesia. Berdasarkan data dari Pengelola Nama Domain Internet Indonesia (PANDI) selaku registri dari domain .id, sampai akhir tahun 2018, jumlah registran domain .id berada di bawah target satu juta registran yang diharapkan Kementerian Komunikasi dan Informatika. Saat ini PANDI sedang fokus untuk meningkatkan diadopsinya Electronic Word of Mouth (eWOM) mengenai domain .id di media sosial sebagai salah satu strategi pemasaran digital domain .id. Oleh karena itu pada karya akhir ini dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor apa yang memengaruhi adopsi eWOM terkait domain .id serta menganalisis apakah diadopsinya domain .id dapat memengaruhi brand awareness, brand image, serta purchase intention domain .id. Penelitian ini menggunakan model penelitian gabungan dari beberapa penelitian terdahulu. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan survei kuesioner online. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan PLS-SEM. Berdasarkan hasil uji hipotesis terkait faktor yang memengaruhi diadopsinya eWOM, source credibility memengaruhi kredibilitas informasi dan kredibilitas informasi memengaruhi diadopsinya eWOM mengenai domain .id di media sosial. Selain itu, eWOM memengaruhi brand awareness, brand image, dan sikap seseorang terhadap domain .id. Sikap seseorang terhadap domain .id memengaruhi secara positif purchase intention domain .id.

Domain .id is a unique name given to identify private individuals or institutions both private and public on the internet from Indonesia. Based on data from the Indonesian Internet Domain Name Manager (PANDI) as the registry of the .id domain, until the end of 2018, the number of .id domain registrants was below the target expected by the Ministry of Communication and Information. PANDI is focusing on increasing the adoption of Electronic Word of Mouth (eWOM) regarding .id domains on social media. This research is carried out to find out what factors influence the adoption of eWOM related to the .id domain and analyze whether the adoption of the .id domain can affect brand awareness, brand image, and purchase intention of the .id domain. Data collection is carried out by distributing online questionnaire surveys then processed by using PLS- SEM. The results of this research are that source credibility influences information credibility and information credibility influences the adoption of eWOM regarding .id domains on social media. In addition, eWOM affects one's brand awareness, brand image, and attitude towards the .id domain. A person's attitude towards the .id domain positively influences the purchase intention of the .id domain.