

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Electronic Word of Mouth in Social Media on Consumer Purchase Intention through Brand Image and Quality Perception on Culinary SME Product. Population in this research is the entire citizen of Jakarta with age range 20 – 54 years. The used sampling method was convenience sampling. The used kind data in this research was primary data that acquired directly from 140 respondents by spread questionnaire. The used analyze method in this research was Structural Equation Model (SEM) with software of Linear Structural Relationship (LISREL) 8.80 version. The result of research shows that eWOM affects positively and significantly on quality perception, eWOM affects positively and significantly on Brand Image, and Quality Perception affects positively and significantly on Purchase Intention. However, eWOM and Brand Image doesn't affect directly on Culinary SME Product Purchase Intention.

Keywords: Electronic Word of Mouth, Brand Image, Quality Perception, Purchase Intention



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (EWOM) di Media Sosial terhadap Minat Beli Konsumen melalui Citra Merek dan Persepsi Kualitas pada Produk UKM Kuliner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penduduk di wilayah DKI Jakarta dengan rentang usia 20 – 54 tahun. Metode sampling yang digunakan adalah *convenience sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari hasil penyebaran kuesioner kepada 140 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model (SEM)* dengan *software Linear Structural Relationship (LISREL)* versi 8.80. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eWOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kualitas, eWOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, dan persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, namun eWOM dan citra merek tidak berpengaruh secara langsung terhadap minat beli pada produk UKM kuliner.

Kata kunci: EWOM, Citra Merek, Persepsi Kualitas, Minat Beli

