

Skripsi Sarjana
Program Studi Manajemen
Semester Ganjil 2018/2019

**PENGARUH E-WOM CREDIBILITY, E-WOM QUALITY, E-WOM QUANTITY
TERHADAP PURCHASE INTENTION SMARTWATCH DENGAN CORPORATE
IMAGE SEBAGAI MEDIATING DI KOTA BATAM**

**NPM : 1541310
KARINA**

Abstrak

Pada pelaksanaan penelitian yang dilakukan ini memiliki tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi variabel minat pembelian, kredibilitas *eWOM*, kualitas *eWOM*, kuantitas *eWOM*, citra perusahaan sebagai mediasi adalah faktor-faktor yang akan diteliti dan dianalisa.

Objek pada penelitian ini adalah para peminat *smartwatch* yang bertempatan di kota Batam dan pengguna media sosial aktif. *Purposive sampling* menjadi metode dalam penelitian ini, sampel yang dipilih disesuaikan dengan penelitian ini berdasarkan objek yang akan diteliti. Analisis data yang digunakan adalah PLS-SEM (*Partial Least Square Structural Equation Modelling*).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas *eWOM*, kuantitas *eWOM*, citra perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pembelian. Sedangkan kredibilitas *eWOM* tidak memiliki pengaruh yang kuat dan kemungkinan dipengaruhi oleh variabel lain terhadap minat pembelian. Selain itu citra perusahaan dapat menjadi mediasi dalam hubungan kredibilitas *eWOM*, kualitas *eWOM*, kuantitas *eWOM* dan minat pembelian.

Kata kunci : *Purchase Intention, Corporate Image, eWOM Quantity, eWOM Quality, eWOM Credibility.*