

# UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

---

Fakultas Ekonomi  
Program Sarjana Manajemen  
Semester Genap 2019/2020

## PENGARUH *ELECTRONIC-WORD OF MOUTH* TERHADAP *INTERNET SERVICE PROVIDER* RUMAH DI KOTA BATAM

Dhimas Sapta Purwanto  
NPM: 1641047

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian yang dibuat ini ditunjukkan untuk mempelajari pengaruh hubungan antara variable *e-wom quality*, *e-wom quantity*, *e-wom credibility* yang dapat mempengaruhi *purchase intention* terhadap *provider* layanan internet rumah dengan *perceived quality* dan *brand image* sebagai variable *Intervening* nya.

Objek yang digunakan didalam penelitian ini adalah pengguna internet rumahan yang menggunakan EWOM di media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter dan Line di kota Batam. Penelitian ini menggunakan *metode purposive sampling* dan instrumen penelitian yang digunakan di penelitian ini adalah aplikasi SPSS versi 2.2 dan SmartPLS versi 3.3.2. Instrumen penelitian tersebut untuk menganalisis hubungan atau pengaruh dari variabel independen kualitas *e-wom*, kuantitas *e-wom*, kredibilitas *e-wom* dan variabel mediasi (citra merk dan persepsi kualitas) pada variabel dependen (niat beli).

Studi ini menghasilkan pengaruh yang tidak signifikan antara lain, pengaruh kualitas *e-wom* terhadap niat beli, pengaruh kualitas *e-wom* terhadap citra merk, pengaruh kualitas dan kuantitas *e-wom* pada kualitas yang dipersepsikan, dan pengaruh kualitas *e-wom* terhadap niat beli. Hasil yang signifikan kemudian meliputi pengaruh kuantitas dan kepercayaan *e-wom* terhadap niat beli, pengaruh kuantitas dan kepercayaan *e-wom* terhadap citra merk, pengaruh reliabilitas *e-wom* terhadap persepsi kualitas, dan pengaruh citra merk terhadap niat beli.

**Kata kunci:** *EWOM, brand image, perceived quality, purchase intention*