

***Electronic Word of Mouth*) pada Platform Digital TikTok terhadap Niat Membeli**

Via Enggar Wijayanti¹ & Wahyu Jati Anggoro²

^{1,2} Fakultas Psikologi UGM

e-mail: ¹viaenggar00@gmail.ugm.ac.id & ²wjanggoro@ugm.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran eWOM (*electronic word of mouth*) pada platform digital Tik-Tok terhadap niat membeli mahasiswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini survey *cross sectional* yang disebarakan melalui online. Partisipan dalam penelitian berjumlah 203 mahasiswa yang berusia 18-23 tahun, pengguna *e-commerce* dan pengguna aktif aplikasi TikTok. Terdapat dua skala yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu skala *electronic word of mouth* (Thurau, Gwinner, Walsh & Gremler, 2004) dan *theory of planned behavior* (TPB) (Ajzen, 2005). Data dianalisis menggunakan teknik regresi linear sederhana. Dari penelitian ini diperoleh nilai koefisien R sebesar 0,806 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 ($P < 0,05$) dan nilai R^2 sebesar 0,650 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *electronic word of mouth* berperan terhadap niat membeli.

Kata kunci: *Electronic word of mouth*, Niat membeli, Mahasiswa

Abstract. *This study aims to determine the role of eWOM (electronic word of mouth) on the Tik-Tok digital platform on students' buying intentions. The method used in this research is a cross sectional survey distributed online. Participants in the study were 203 students aged 18-23 years, e-commerce users and active users of the TikTok application. There are two scales used in this study, namely the electronic word of mouth scale (Thurau, Gwinner, Walsh & Gremler, 2004) and theory of planned behavior (TPB) (Ajzen, 2005). The data were analyzed using a simple linear regression technique. From this study, the R coefficient value was 0.806 with a significance level of 0.001 ($P < 0.05$) and an R^2 value of 0.650 so it can be concluded that the electronic word of mouth variable plays a role in purchase intention.*

Keyword: *College students, Electronic word of mouth, Purchase intention.*