

## **ABSTRAK**

*Electronic Word of Mouth* adalah bentuk perubahan dari WoM atau *Word of Mouth*. *Electronic Word of Mouth* merupakan bentuk komunikasi merupakan komunikasi dimana pesannya mengarah pada pemasaran. Pemasaran ini menggunakan penyebaran informasi dari mulut ke mulut, lisan, maupun tertulis berkenaan tentang menyampaikan ulasan, kesan, dan pengalaman terhadap produk dan jasa yang digunakan dan disampaikan kepada orang lain. Menurut Goyette et.al (2010) bahwa *Electronic word of mouth* merupakan bentuk komunikasi informal yang menyebar antar individu terkait layanan dan produk. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba mencari pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat beli ulang sebuah produk. Produk yang dimaksud peneliti adalah produk *smartphone* dengan merk Xiaomi yang meliputi sub-merk-nya yaitu Pocophone, Redmi, dan Blackshark. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif serta dilaksanakan dengan menyebarkan angket berisikan sejumlah pertanyaan dengan maksud mencari hubungan dari *electronic word of mouth* terhadap munculnya minat beli ulang produk Xiaomi pada grup MI Fans Indonesia di media jejaring sosial *Facebook.com*. Variabel yang digunakan adalah *electronic word of mouth* sebagai variabel X, dan minat beli ulang sebagai variabel Y. Jumlah responden yang ditentukan adalah sebanyak 399 orang dimana jumlah ini ditentukan melalui perhitungan *slovin* dengan melihat jumlah populasi total yang ada sebesar 125.403 anggota. Temuan dari penelitian ini adalah bahwasannya *electronic word of mouth* memberikan pengaruh terhadap minat beli ulang produk Xiaomi. Hal ini digambarkan pada hasil perhitungan melalui program SPSS yang digunakan bahwa nilai “constant” berada pada angka dibawah 0,05 dimana hal ini disimpulkan bahwa adanya peran *electronic word of mouth* terhadap minat pembelian ulang produk Xiaomi di grup MI Fans Indonesia.

Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth*, Minat Beli Ulang, MI Fans Indonesia

## **ABSTRACT**

Electronic Word of Mouth is a modified form of WoM or Word of Mouth. Electronic Word of Mouth is a form of communication where the message leads to marketing. This marketing uses the dissemination of information by word of mouth, verbally, or in writing regarding conveying reviews, impressions, and experiences of products and services that are used and conveyed to others. According to Goyette et.al (2010) that Electronic word of mouth is a form of informal communication that spreads between individuals related to services and products. In this study, researchers tried to find the effect of electronic word of mouth on the interest in repurchasing a product. The product in question is a smartphone product with the Xiaomi brand which includes its sub-brands, namely Pocophone, Redmi, and Blackshark. The research was conducted using quantitative methods and was carried out by distributing questionnaires containing a number of questions with the aim of finding the relationship from electronic word of mouth to the emergence of buying interest in Xiaomi products in the MI Fans Indonesia group on the social networking media Facebook.com. The variable used is electronic word of mouth as variable X, and repurchase interest as variable Y. The number of respondents determined was 399 people where this number was determined through slovin calculations by looking at the total population of 125,403 members. The findings of this study are that electronic word of mouth has an influence on the intention to repurchase Xiaomi products. This is illustrated in the results of calculations through the SPSS program used that the "constant" value is below 0.05 where it is concluded that there is a role for electronic word of mouth on the interest in repurchasing Xiaomi products in the MI Fans Indonesia group.

Keywords : Electronic Word of Mouth, Repurchase, MI Fans Indonesia