

## ABSTRAK

**Raisha Aulia Salshabila. NPM. 192050071. 2023 Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan. Skripsi. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Konten #racuntiktok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Pasundan Angkatan 2019. Pembimbing: DR. Deden Ramdhan, M.SI.,CICP.,DB**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word of Mouth* konten #racuntiktok terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Pasundan Angkatan 2019. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Desain yang digunakan dalam penelitian adalah desain deskriptif. Populasi dalam penelitian adalah Mahasiswa Aktif S1 Universitas Pasundan angkatan 2019. Teknik pengambilan sampling menggunakan *snowball sampling* dengan jumlah sebanyak 106 responden. Analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan program SPSS Versi 25. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan nilai R Square yaitu sebesar 0.374. Ini menunjukkan bahwa variasi pada variabel Minat Beli Mahasiswa Universitas Pasundan Angkatan 2019 dapat dijelaskan sebesar 37 % oleh variabel *Electronic Word of Mouth* konten #racuntiktok sedangkan sisanya sebesar 62% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Hasil uji t, diketahui nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $7.875 > 1.983$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh *Electronic Word of Mouth* Konten #racuntiktok terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Pasundan Angkatan 2019

**Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, TikTok, #racuntiktok, Minat Beli, Mahasiswa**

## **ABSTRACT**

***Raisha Aulia Salshabila. NPM. 192050071. 2023 Communication Studies Program, Pasundan University. Thesis. The Effect of Electronic Word Of Mouth Content #racuntiktok on Purchase Interests of Pasundan University Students Batch 2019. Advisor: DR. Deden Ramdhan, M.SI.,CICP.,DB***

*This study aims to determine the effect of the Electronic Word of Mouth content #racuntiktok on the Purchase Interests of Pasundan University Students Batch 2019. The research method used is a quantitative research method. The design used in this research is descriptive design. The population in this study were Active Undergraduate Students at Pasundan University class of 2019. The sampling technique used snowball sampling with a total of 106 respondents. Data analysis used simple linear regression analysis using the SPSS Version 25 program. Based on the research results, the R Square value was 0.374. This shows that the variation in the Buying Interest of Pasundan University Students Class of 2019 can be explained by 37% by the Electronic Word of Mouth variable #racuntiktok content, while the remaining 62% is explained by other variables not included in this research model. The results of the t test show that the value of  $t_{count} \geq t_{table}$  ( $7,875 > 1,983$ ), then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. This means that there is an influence of the Electronic Word of Mouth Content #racuntiktok on Buying Interests of Pasundan University Students Class of 2019*

***Keywords: Electronic Word Of Mouth, TikTok, #racuntiktok, Purchase Intention, Students***

## RINGKESAN

**Raisha Aulia Salshabila. NPM. 192050071. 2023 Program Studi Komunikasi Universitas Pasundan. Skripsi. Pengaruh Kandungan Electronic Word of Mouth #racuntiktok kana Minat Meuli Mahasiswa Universitas Pasundan angkatan 2019. Pembimbing : DR. Deden Ramdhan, M.SI., CICP., DB**

Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun mikanyaho pangaruh eusi Electronic Word of Mouth #racuntiktok kana Minat Beuli Mahasiswa Universitas Pasundan angkatan 2019. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta méthode panalungtikan kuantitatif. Desain anu digunakeun dina panalungtikan nya éta desain déskriptif. Populasi dina ieu panalungtikan nya éta mahasiswa aktif di Universitas Pasundan angkatan 2019. Téhnik sampling ngagunakeun snowball sampling anu jumlahna 106 réspondén. Analisis data ngagunakeun analisis régrési liniér basajan ngagunakeun program SPSS Version 25. Dumasar kana hasil panalungtikan, nilai R Square nya éta 0,374. Ieu nuduhkeun yén variasi variabel Minat Meuli Mahasiswa Universitas Pasundan 2019 bisa dipedar ku 37% ku variabel Word of Mouth tina eusi #racuntiktok sedengkeun 62% sésana dipedar ku variabel séjén nu teu kaasup kana ieu modél panalungtikan. Hasil uji t nétélakeun yén nilai t itung  $\geq$  ttabel ( $7,875 > 1,983$ ), mangka  $H_0$  ditolak jeung  $H_a$  ditarima. Hartina aya pangaruh Electronic Word of Mouth Content #racuntiktok kana Minat Meuli Mahasiswa Universitas Pasundan angkatan 2019.

**Kata Kunci: Electronic Word of Mouth, TikTok, #racuntiktok, Minat Meuli, Siswa**