

ABSTRAK

Fitria Asri (2017/17059237) : Pengaruh Credibility Dan Social Capital Terhadap EWOM Dengan Attitude Sebagai Variabel Mediasi Pada Gen Z Pengguna TikTok Di Kota Padang (Studi Pada Merek Somethinc)

Dosen Pembimbing : Vidyarini Dwita, S.E, M.M, Ph.D.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh credibility dan social capital pada EWOM dengan attitude sebagai variabel mediasi pada gen Z pengguna TikTok di Kota Padang (studi pada merek Somethinc). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah gen Z pengguna TikTok di Kota Padang yang pernah mengulas merek Somethinc. Sampel penelitian adalah 200 responden. Penelitian ini menggunakan uji model persamaan struktural (SEM) dengan perangkat lunak smart-PLS 3.0.

Hasil penelitian ini meliputi: (1) Credibility memiliki efek positif signifikan pada attitude. (2) Social capital memiliki efek positif signifikan pada attitude. (3) Attitude memiliki efek positif signifikan pada EWOM. (4) Social capital memiliki efek positif signifikan pada credibility. (5) Credibility memiliki efek positif signifikan terhadap EWOM dengan attitude sebagai variabel mediasi. (6) Social capital memiliki efek positif signifikan terhadap EWOM dengan attitude sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci: Credibility, Social Capital, Attitude, EWOM