

Pengaruh e-wom terhadap purchase intention: kasus konten Shopee haul sebagai strategi pemasaran digital Shopee = The Effect of e-wom on purchase intention: the case of shopee haul content as Shopee digital marketing strategy

Luvina Alya Syakira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20511043&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam E-WOM, terjadi interaksi antar konsumen yang dapat mempengaruhi purchase intention. Shopee merupakan salah satu perusahaan yang menerapkan strategi E-WOM. E-WOM yang digunakan oleh Shopee berbentuk konten Shopee haul. Strategi konten haul juga digunakan oleh kompetitor Shopee. Tulisan ini bertujuan untuk membahas bagaimana Shopee haul dapat bertindak sebagai E-WOM dan pengaruhnya terhadap purchase intention. Melalui metode secondary research, tulisan ini akan membahas perbedaan Shopee haul dengan kompetitornya. Hal yang menjadi perbedaan Shopee dibandingkan kompetitornya adalah adanya fitur Shopee haul dalam aplikasi Shopee. Namun, tulisan ini menemukan bahwa potensi dari fitur Shopee haul yang ada di aplikasi Shopee belum berkembang secara maksimal. Oleh karena itu, fitur Shopee haul yang ada di aplikasi Shopee belum dapat sepenuhnya mempengaruhi purchase intention. Di sisi lain, konten Shopee haul di media sosial terlihat memiliki potensi yang lebih besar.

.....In E-WOM, there is interaction between consumers that can affect purchase intention. Shopee is one of the companies that implement E-WOM strategy. The E-WOM used by Shopee is in the form of Shopee haul. Shopee's competitors are also using haul content as their strategy. This paper aims to discuss how Shopee haul can act as an E-WOM and its influence on purchase intention. Through secondary research method, this paper will discuss the differences between Shopee haul and its competitors. What makes Shopee different from its competitor is the Shopee haul feature in the application. However, this paper finds that the potential of this feature has not been maximally developed. Therefore, the Shopee haul feature in the application has not been able to fully influence purchase intention. Meanwhile, Shopee haul content on social media seems to have greater potential.