

ABSTRAK

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MONOKROM STORE
YOGYAKARTA
(Survei pada *Followers* TikTok Monokrom Store Yogyakarta)**

FINA KURNIA
141180119

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
finak64@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap *Purchase Intention* Monokrom Store Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian survei, dengan alat pengumpulan datanya adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *followers* tiktok monokrom store Yogyakarta yang sesuai dengan kriteria responden dalam penelitian ini. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban 100 responden dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: 1) *Social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* pada *followers* TikTok Monokrom Store Yogyakarta, 2) *Electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* pada *followers* TikTok Monokrom Store Yogyakarta, 3) *Social media marketing* dan *electronic word of mouth* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* pada *followers* TikTok Monokrom Store Yogyakarta.

Kata Kunci : *Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth, Purchase Intention.*