

**PENGARUH KEGUNAAN *E-WOM*, KREDIBILITAS *E-WOM*,
TERHADAP NIAT PEMBELIAN DIMEDIASI OLEH ADOPSI
PLATFORM E-WOM PADA MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI
TIKTOK *SHOP* DI SLEMAN, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

ELVITA FITRIANI

NIM. 141160416

Email: elvitafitri09@gmail.com

Dr. Yuni Istanto, M.Si

Hasa Nurrohim Kurniawan Putra, SE, M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kegunaan *eWOM*, kredibilitas *eWOM*, terhadap niat pembelian dimediasi oleh adopsi *platform eWOM* pada mahasiswa pengguna aplikasi TikTok *Shop* di Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode *survey* dengan kuesioner. Kuesioner didistribusikan kepada 90 mahasiswa yang melakukan pembelian melalui aplikasi TikTok *Shop* di Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta yang merupakan sampel pada penelitian ini. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegunaan *eWOM* dan kredibilitas *eWOM* berpengaruh terhadap niat pembelian. Peran mediasi adopsi *platform eWOM* juga berpengaruh secara positif dan signifikan pada hubungan antara kegunaan *eWOM* dan kredibilitas *eWOM* terhadap niat pembelian. Penelitian ini memberikan kontribusi secara teoritis untuk peneliti selanjutnya dan kontribusi secara praktis untuk pengguna TikTok *Shop* sebagai penjual untuk memperhatikan kualitas informasi yang diberikan.

Kata kunci: elektronik dari mulut ke mulut, kegunaan, kredibilitas, pembelian *online*