

## ABSTRAK

# EFEKTIVITAS MEDIA *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* UNTUK MENINGKATKAN CITRA POSITIF

**Joanita Adi Saraswati**

2014210027

(XIV + 5 bab + 93 hal + 5 lampiran + 50 pustaka 2010-2019)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas media *Electronic Word of Mouth* dapat meingkatkan citra merek terhadap sebuah akun *Marketplace*. Analisis ini menggunakan variabel independent yaitu media *electronic word of mouth*. Variabel dependennya adalah citra akun. Sampel penelitian ini adalah para pengikut akun *Lazada Byajoda*. Sampel dilakukan dengan metode *random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang disebar langsung ke para pengikut sebanyak 61 kuesioner. Metode statistic menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dengan pengujian hipotesis uji statistik t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media *electronic word of mouth* efektif dalam meningkatkan citra merek akun *Byajoda* di *Lazada*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Efektivitas media *Electronic Word of Mouth* sebagai media untuk mempertahankan citra positif akun *Byajoda* di *Lazada*, disebut efektif dengan skor sebesar 3294, dan dikategorikan searah dan signifikan dengan nilai probabilitas 0,00 dan t hitung 11,3 > t tabel 0,212 yang menunjukkan Ho ditolak dan Ha diterima.

Kata Kunci : Efektivitas,Citra, *Electronic Word Of Mouth*, *Lazada*

