

ANALISIS PENGARUH CONTENT MARKETING, CUSTOMER ENGAGEMENT DAN E-WOM MEDIA SOSIAL TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA UMKM RINGCOUSTIC GITAR BALI

Abstrak

Minat konsumen untuk membeli produk sangat dipengaruhi oleh banyak factor terutama dalam segi marketing maka perlunya konten yang menarik dimata konsumen, selain itu adanya hubungan antara produk dan konsumen memberikan keterikatan tersendiri dimana diikuti dengan ulasan atau komentar melalui e-wom yang mampu mempengaruhi minat membeli atau *purchase intention* konsumen terhadap produk yang diinginkan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *content marketing*, *customer engagement* dan e-wom media sosial terhadap *purchase intention* Pada UMKM Ringcoustic Gitar Bali.

Penelitian ini dilakukan pada Ringcoustic Gitar Bali dengan responden merupakan konsumen yang berjumlah 100 orang responden dengan metode penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner dan uji instrument penelitian. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda, analisis determinasi, uji signifikan T dan uji F.

Hasil yang didapat dalam penelitian ini yaitu *content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. *Customer engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Saran bagi perusahaan agar meningkatkan konten-konten yang menarik yang mampu memberikan peningkatan keterikatan antara produk dan konsumen dan merespon ulasan yang disampaikan konsumen melalui media sosial dengan cekatan.

Kata Kunci: *Content Marketing, Customer Engagement, E-Wom, Purchase Intention*