

ABSTRAK

Implementasi E-WOM melalui konten TikTok telah banyak digunakan sebagai strategi pemasaran untuk mempengaruhi pola pikir calon konsumen. Strategi kampanye yang dilakukan oleh brand Somethinc di media sosial adalah penggunaan tagar #PakaiSomethinc yang menimbulkan antusiasme yang tinggi di kalangan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini ditujukan untuk mengukur pengaruh variabel electronic word of mouth (E-WOM) terhadap persepsi konsumen mengenai iklan brand Somethinc dengan hashtag #PakaiSomethinc pada media sosial TikTok. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling dengan teknik simple random sampling. Melalui perhitungan sampel dengan rumus Bernoulli, diperoleh sampel sejumlah 385 responden. Data empiris dikumpulkan melalui kuesioner berbasis Google Form dan data dianalisis menggunakan uji Normalitas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa strategi electronic word of mouth yang meliputi kuantitas, kredibilitas, dan kualitas informasi yang terkandung dalam strategi E-WOM #PakaiSomethinc pada platform TikTok dapat mempengaruhi persepsi konsumen secara signifikan. Hasil uji koefisien korelasi sebesar 0.789 memberikan pemahaman bahwa hubungan kedua variabel termasuk dalam kategori "Sangat Kuat". Perhitungan koefisien determinasi juga menegaskan bahwa variabel persepsi konsumen dapat dijelaskan atau diprediksi sebesar 62,3% oleh variabel electronic word of mouth (E-WOM). Sedangkan sisanya yaitu 37,7% (100% - 62,3%) dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini mampu memberikan kontribusi secara teoritis bagi literatur dan secara praktis bagi pihak Somethinc untuk memperkuat brand dan produknya agar strategi E-WOM dapat berjalan dengan berhasil dan mampu menciptakan kesan positif dalam benak konsumen.

Kata Kunci: *Consumer Perception, Electronic Word of Mouth, Somethinc*