

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

School of Business Management

Management Marketing

Skripsi Sarjana Ekonomi

Semester Ganjil 2017/2018

**ANALYSIS OF ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH ON TRUST OF JUNIOR
HIGH SCHOOL STUDENTS IN KARAWANG REGENCY AND ITS
IMPACT ON INTENTION TO REGISTER IN GLOBAL MARINE
VOCATIONAL HIGH SCHOOL**

Higia Hendriyati 1801422935

Yewi 1801421094

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the influence of electronic word of mouth (E-WOM) on trust and its impact on the intention to register in SMK Global Marine. Methods of data collection using questionnaires distributed to students of SMP class IX in Karawang, and obtained data of 270 respondents. Data analysis method used in this research is SEM PLS by using SmartPLS 3.0 software. The results of this study indicate that E-WOM has a significant effect on the intention of registering, E-WOM has a significant influence on trust, and trust has a significant effect on the intention of registering. In addition, E-WOM also has a significant indirect effect on the intention of registering with trust as its mediation, which has less influence than the E-WOM effect directly on the intention of registering.

Keywords: E-WOM, Trust, Register Intention

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

School of Business Management

Management Marketing

Skripsi Sarjana Ekonomi

Semester Ganjil 2017/2018

**ANALISIS PENGARUH E-WOM TERHADAP KEPERCAYAAN SISWA
SMP KABUPATEN KARAWANG DAN DAMPAKNYA PADA NIAT UNTUK
MENDAFTAR DI SMK GLOBAL MARINE**

Higia Hendriyati 1801422935

Yewi 1801421094

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap kepercayaan dan dampaknya pada niat mendaftar di SMK Global Marine. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada siswa SMP kelas IX di Karawang, dan diperoleh data sebanyak 270 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SEM PLS dengan menggunakan software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa E-WOM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat mendaftar, E-WOM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan, dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat mendaftar. Selain itu, E-WOM juga memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap niat mendaftar dengan kepercayaan sebagai mediasinya, di mana memiliki pengaruh lebih kecil dari pada pengaruh E-WOM secara langsung terhadap niat mendaftar.

Kata kunci: E-WOM, Kepercayaan, Niat Mendaftar