

ABSTRAK

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang berfungsi sebagai penutup dan pelindung tubuh. Sudah banyak model pakaian yang dijual dengan berbagai pilihan warna, ukuran, hingga harga yang beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen. Bahkan tidak sedikit orang yang mau menjahit pakaian supaya tidak menyerupai dengan model pakaian yang sudah banyak di produksi. Gallery Vinna merupakan salah satu Usaha Kecil Menengah yang menyediakan jasa jahit baju yang berada di Bekasi, dengan sistem *custome made*. Tidak hanya jahit baju saja, Gallery Vinna juga menyediakan kain yang belum dijadikan baju supaya konsumen dapat memilih bahan yang sesuai dengan keinginannya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *social media marketing* melalui *electronic word of mouth* terhadap *purchase intention* dengan menggunakan platform Tiktok Gallery Vinna sebagai objek penelitiannya. Dari penelitian ini akan dilihat hubungan antara *social media marketing*, *electronic word of mouth*, dan *purchase intention*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data secara *online* menggunakan Google Form. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 155 responden. Kriteria yang digunakan untuk responden meliputi *followers* dari Tiktok Gallery Vinna dan yang pernah menggunakan jasa jahit Gallery Vinna. Hasil data dikumpulkan dan diolah dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dan diolah menggunakan *software Smart PLS-SEM*.

Berdasarkan olah data yang telah dilakukan, menghasilkan bahwa *purchase intention* dapat dipengaruhi secara positif dan signifikan dari *social media marketing* dan *electronic word of mouth*. Kemudian tanggapan responden terhadap media sosial pada Tiktok Gallery mendapatkan tanggapan yang Baik dan responden merasa bahwa konten yang di unggah dapat memberikan informasi yang mudah dipahami.

Penelitian ini menemukan bahwa media sosial paling berpengaruh terhadap niat beli konsumen, maka dari itu Gallery Vinna perlu menciptakan konten yang *update* dan kekinian supaya dapat menarik perhatian konsumennya. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian yang berbeda, agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih luas lagi.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, *Electronic Word of Mouth (e-WOM)*, *Purchase Intention*