

Pengaruh Perspektif *Social Capital* Dan *Self Determination* Kalangan Milenial di
Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Terhadap *Electronic Word-of-Mouth*
Dalam Situs Jejaring Sosial

Afif Hariyawan

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

ABSTRAK

Perkembangan teknologi memicu munculnya sosial media yang terus berkembang dengan pesat. Hal ini berdampak pada terjadinya interaksi sosial antara pengguna sosial media satu dengan yang lainnya. Dan membuat orang lebih tertarik ke dalam diskusi yang dilakukan melalui media online. Hal tersebut memicu munculnya interaksi dan diskusi melalui merdia online yang di sebut *electronic word-of-mouth* (e-WOM). Oleh karena itu pentingnya komunikasi yang terjalin dalam sosial media salah satunya e-WOM merupakan sebuah aset yang harus diperhatikan oleh para *marketers* dalam melakukan strategi promosi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah *social capital*, dan *self determination* berpengaruh terhadap suksesnya e-WOM. Penelitian ini dilakukan di kota Yogyakarta dengan populasi yaitu generasi milenial sejumlah 882.900 jiwa dan sampel sejumlah 204 responden. Dengan memakai metode *sampling convinience sampling*, Hasil yang diperoleh adalah inovasi, tidak memiliki pengaruh positif terhadap e-WOM, kesamaan bahasa tidak memiliki pengaruh positif terhadap e-WOM, sementara hipotesis kekuatan hubungan berpengaruh positif terhadap kepercayaan, kesamaan bahasa berpengaruh positif terhadap kepercayaan, kekuatan hubungan berpengaruh positif terhadap kesamaan bahasa, kepercayaan berpengaruh positif terhadap e-WOM, kekuatan hubungan berpengaruh positif terhadap e-WOM, keterbukaan diri berpengaruh terhadap e-WOM.

Kata Kunci : e-WOM, Kepercayaan, Kekuatan Hubungan, Keterbukan Diri, Inovasi, Kesamaan Bahasa