

**ABSTRAK**

Judul : Pengaruh *E – Word Of Mouth*, Kualitas Informasi, dan *Social Psycholgy Distance* Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Sociolla

Nama : Aisy Yuna Ayu Pratiwi

Program Studi : S-1 Manajemen

Pembimbing : Abdurrahman M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *E – Word Of Mouth*, Kualitas Informasi, *Social Psycholgy Distance* Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Sociolla. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang mengetahui tetapi belum menggunakan aplikasi sociolla serta pernah melihat Aplikasi Sociolla dari jejaring sosial. Metode pengambilannyamelalui teknik *non- probability sampling* diperoleh sampel sebanyak 150 responden. Alat statistik yang yang digunakan adalah Analisis regresi linear berganda. Pengolahan data menggunakan software SPSS statistic 25.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *E – Word Of Mouth*, Kualitas Informasi, dan *Social Psycholgy Distance* secara simultan berpengaruh positif terhadap MinatBeli pada Aplikasi Sociolla. *E – Word Of Mouth*, *Social Psycholgy Distance* berpengaruh positif secara parsial terhadap Minat Beli. *Social Psycholgy Distance* berpengaruh positif terhadap Minat Beli. Sedangkan Kualitas Informasi tidak berpengaruh terhadap Minat Beli. *Social Psycholgy Distance* merupakan faktor dominan yang mempengaruhi Minat Beli pada Aplikasi Sociolla. Untuk meningkatkan minat beli pada aplikasi Sociolla, aplikasi Sociolla harus lebih memperhatikan apa apa saja yang lebih dibutuhkan dan diinginkan oleh pengguna sehingga pengguna akan lebih masuk dengan perfoma yang diberikan aplikasi sociolla.

Kata Kunci : ***E – Word Of Mouth*, Kualitas Informasi, *Social Psycholgy Distance*, Minat Beli**

**ABSTRACT**

*Judul : The Influence of E – Word Of Mouth, Information Quality, and Social Psycholgy Distance on Purchasing Intention in Sociolla Applications*

*Name : Aisy Yuna Ayu Pratiwi*

*Program Studi : Management*

*This study aims to see the effect of E - Word Of Mouth, Information Quality, Social Psychological Distance on Purchase Intention in Sociolla Applications. The population in this study are all consumers who know but have not used the Sociolla application and have seen the Sociolla application from social networks. The method of collection using non-probability sampling techniques obtained 150 respondents. The statistical tool used is multiple linear regression analysis. Data processing using SPSS statistic 25.0 software.*

*The results of this study indicate that E - Word Of Mouth, Information Quality, and Social Psychological Distance simultaneously have a positive effect on Purchase Interest in the Sociolla Application. E - Word Of Mouth, Social Psychological Distance has a partially positive effect on Buying Interest. Social Psycholgy Distance has a positive effect on Buying Interest. Meanwhile, Information Quality has no effect on Purchase Intention. Social Psychology Distance is the dominant factor affecting Buying Interest in the Sociolla Application. To increase buying interest in the Sociolla application, the Sociolla application must pay attention to what users need and want more so that users will be more involved with the performance provided by the Sociolla application.*

*Keywords : E - Word Of Mouth, Information Quality, Social Psychological Distance Purchase Intention.*