

ABSTRAK

PENGARUH *PARASOCIAL ONE AND A HALF SIDED* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DAN *ELECTRONIC WORDS OF MOUTH* DENGAN *SOCIAL PRESENCE* SEBAGAI MEDIASI

(Kasus Pada Pengguna *Social Commerce*)

Oleh:

FADHLAN RIZKY

203402248

Dalam Bimbingan:

R. Lucky Radi Rinandiyana

Alicia Deana Santosa

Studi ini meneliti pengaruh hubungan *parasocial one and a half sided* terhadap *purchase intention* dan *electronic words of mouth* dengan *social presence* sebagai faktor mediasi. Menggunakan sampel pengguna *social commerce*, penelitian ini menerapkan *Consumer Culture Theory* dan Model Stimulus-Organisme-Respon untuk menganalisis data yang dikumpulkan dari Februari hingga Maret 2024 menggunakan model persamaan struktural berbasis varians. Hasilnya menunjukkan efek signifikan dari kehadiran sosial dalam memediasi hubungan antara hubungan parasosial satu setengah sisi dengan niat pembelian dan eWOM. Penelitian ini memberikan wawasan praktis untuk meningkatkan strategi *social commerce* dengan memperkuat interaksi dan kehadiran sosial.

Kata Kunci: *Parasocial one and a half sided, Social presence, Purchase intention, Electronic words of mouth*

ABSTRACT

**PENGARUH PARASOCIAL ONE AND A HALF SIDED TERHADAP
PURCHASE INTENTION DAN ELECTRONIC WORDS OF MOUTH
DENGAN SOCIAL PRESENCE SEBAGAI MEDIASI
(Kasus Pada Pengguna *Social Commerce*)**

Oleh:

FADHLAN RIZKY

203402248

Under the guidance of:

R. Lucky Radi Rinandiyana

Allicia Deana Santosa

This study examines the influence of parasocial one and a half sided relationships on purchase intention and electronic word of mouth (eWOM) with social presence as a mediating factor. Using a sample of social commerce users, the research applies the Consumer Culture Theory and Stimulus-Organism-Response Model to analyze data collected from February to March 2024 using variance based structural equation model. Results indicate significant effects of social presence in mediating the relationship between parasocial one and a half sided and both purchase intention and eWOM. This research provides practical insights for improving social commerce strategies by enhancing social interactions and presence.

Keywords: Parasocial one and a half sided, Social presence, Purchase intention, Electronic words of mouth