ABSTRACT

The Influence of Herd Behavior in moderating the relationshiop between electronic word of mouth and purchase intention (Bitcoin Users in Indonesia)

***By*:**
Agung Pratama
173402087

***Under the Guidance of*:**
Mochamad Soleh Soeaidy
Andina Eka Mandasari

This study aims to find out and analyze Electronic Word of Mouth, Herd Behavior and Purchase Intention among bitcoin users in Indonesia. The research method used is survey method. This study uses primary data obtained directly through questionnaires to 100 respondents, namely bitcoin users in Indonesia. Sampling uses the Non-probability Sampling method by choosing to use Purposive Sampling and the analytical tool used is Moderated Regression Analysis. Based on the research results, it is known that electronic word of mouth, herd behavior and Purchase intention are in good classification. It's known that herd behavior has an effect on moderating the relationship between electronic word of mouth on Purchase intention. And, electronic word of mouth has a positive and significant effect on purchase intention. And herd behavior has a positive and significant effect on moderating the relationship between electronic word of mouth on Purchase Intention.

***Keyword* :** *electronic word of mouth, Herd Behavior, Purchase Intention*

ABSTRAK

Pengaruh Perilaku Kelompok Dalam Memoderasi Hubungan Antara
Electronic Word of Mouth **Terhadap Minat Beli (Pada Pengguna Bitcoin Di Indonesia)**

Oleh:
Agung Pratama
173402087

Dibawah Bimbingan:
Mochamad Soleh Soeaidy
Andina Eka Mandasari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tentang *Electronic Word of Mouth*, Perilaku Kelompok dan Minat Beli pada pengguna bitcoin di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung melalui kuesioner kepada 100 responden yaitu pengguna bitcoin di Indonesia. Penarikan sampel menggunaka metode *Non-probability Sampling* dengan memilih menggunakan *Purposive Sampling* dan alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Moderasi (*Moderated Regression Analysis*). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *electronic word of mouth,* Perilaku Kelompok dan Minat beli dalam klasifikasi baik. Diketahui bahwa Perilaku Kelompok berpengaruh dalam memoderasi hubungan antara *electronic word of mouth* terhadap minat beli. Dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli. Dan perilaku Kelompok berpengaruh secara positif dan signifikan dalam memoderasi hubungan antara *electronic word of mouth* terhadap minat beli.

Kata kunci : *electronic word of mouth,* **Perilaku Kelompok Minat Beli**