

**PENGARUH CONTENT, E-WOM, DAN BRAND IMAGE
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Konsumen Gemes Juice Sidoarjo Yang
Mengikuti Akun Food Reviewer Gallery Kuliner Sidoarjo Di
Social Media Instagram)**

Vicka Bella Fahira
Vickabel30@gmail.com
Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing : Drs. Gandung Satriyono., ST, MM
M. Dian Ruhamak, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh content, e-wom dan brand image terhadap minat beli konsumen dengan studi kasus pada konsumen Gemes Juice Sidoarjo yang mengikuti akun Food Reviewer Gallery Kuliner Sidoarjo di social media instagram. Pengaruh yang ingin diketahui adalah sejauh mana content, e-wom dan brand image mempengaruhi minat beli konsumen secara parsial dan simultan serta variabel yang paling dominan mempengaruhi minat beli konsumen. Jenis penelitian ini adalah *assosiative research* dengan pendekatan kuantitatif yang menjelaskan sejauh mana hubungan antar variabel saling berpengaruh dengan menguji kebenaran hipotesisnya menggunakan data berupa angka. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* dengan kriteria berjenis kelamin wanita maupun pria yang berusia minimal 17 hingga 45 tahun dan mengikuti akun instagram Gallery Kuliner Sidoarjo. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode angket. Dari hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa content, e-wom dan brand image memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen. Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa brand image memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci: *Content, E-WOM, Brand Image, Minat Beli Konsumen, Food Reviewer*

**THE EFFECT OF CONTENT, E-WOM, AND BRAND IMAGE
ON CONSUMER BUYING INTEREST
(Case Study on Consumers of Gemes Juice Sidoarjo Who Follows
the Account of Food Reviewer Gallery Kuliner Sidoarjo on Social
Media Instagram)**

Vicka Bella Fahira
Vickabel30@gmail.com
Faculty of Economics, Kadiri University

Advisor Lecturer : Drs. Gandung Satriyono., ST, MM
M. Dian Ruhamak, SE, MM

This research aims to determine the effect of content, e-wom and brand image on consumer buying interest with a case study on Gemes Juice Sidoarjo consumers who follow the Sidoarjo Culinary Gallery Food Reviewer account on social media Instagram. The effect that we want to know is the extent to which content, e-wom and brand image affect consumer buying interest partially and simultaneously and the most dominant variable influencing consumer buying interest. This type of research is associative research with a quantitative approach that explains the extent to which the relationship between variables influences each other by testing the truth of the hypothesis using data in the form of numbers. This study used a sample of 100 respondents. Sampling used an accidental sampling technique with criteria for female and male gender, aged at least 17 to 45 years and following the Instagram account of the Sidoarjo Culinary Gallery. The data collection method used is the questionnaire method. From the results of this test, it can be concluded that content, e-wom and brand image have an influence on consumer buying interest. The test results also show that brand image has the most dominant influence on consumer buying interest.

Keyword: *Content, E-WOM, Brand Image, Minat Beli Konsumen, Food Reviewer*