

## ABSTRAK

Ulfa, Febi Alfia. 2023. Peran *Electronic Word of Mouth* Dalam Membangun Keputusan Berinvestasi Reksa Dana Pada Aplikasi *Bibit.Id*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing : Ari Susanti, S.Sos., M.Med.Kom.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran Digital, *Electronic Word of Mouth*, Investasi Reksa Dana, Aplikasi *Bibit*, Teori AIDDA.

Kestabilan finansial merupakan impian setiap manusia dalam menyongsong kehidupan dimasa mendatang, ditengah kemajuan perekonomian yang begitu pesat menjadikan manusia melakukan inovasi, salah satunya dengan berinvestasi. Minimnya pengetahuan seseorang dalam berinvestasi mengakibatkan ketakutan serta hal negatif yang dapat berpengaruh dalam melakukan keputusan berinvestasi. Kurangnya pengertian yang benar dalam berinvestasi, juga mengakibatkan kerugian bagi investor pemula. *Bibit* yang merupakan platform investasi yang banyak diminati masyarakat Indonesia, membuat peneliti tertarik meneliti aktivitas yang terjadi dalam penyebaran informasi mengenai investasi *Bibit Electronic word of mouth* yang biasa dikenal dengan e-WOM merupakan salah satu inovasi terbaru dalam dunia pemasaran digital, dikenal dengan penyebaran informasi yang bersifat luas dan efektif membuat e-WOM menjadi salah satu alasan peneliti untuk mengenal lebih dalam mengenai *electronic word of mouth* dalam penyebaran informasi pada komunitas *Bibit*. Penelitian ini difokuskan pada bagaimana dimensi *electronic word of mouth* dalam membangun minat berinvestasi reksa dana *Bibit.id* kepada investor pemula dan bagaimana peran *electronic word of mouth* dalam membangun keputusan berinvestasi pada investor pemula melalui teori AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision* dan *Action*). Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui aktivitas *electronic word of mouth* yang dilakukan komunitas *Bibit* guna menarik investor pemula untuk berinvestasi pada aplikasi *Bibit*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data wawancara *online* serta penentuan informan menggunakan teknik purposif sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya peran positif dalam pengambilan keputusan berinvestasi pada aplikasi *Bibit* yang dilakukan investor pemula, dikarenakan adanya aktivitas *electronic word of mouth* pada komunitas *Bibit* dalam penyebaran informasi yang mendukung terjadinya keputusan dalam berinvestasi.

## **ABSTRACT**

*Ulfa, Febi Alfia. 2023. Role Electronic Word of Mouth in Making Mutual Fund Investment Decisions in the Bibit.Id Application. Communication Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences. Jember Muhammadiyah University. Advisor : Ari Susanti, S.Sos., M.Med.Kom.*

*Keywords: Digital Marketing Communication, Electronic Word of Mouth, Mutual Fund Investment, Bibit Application, AIDDA Theory.*

*Financial stability is the dream of every human being in facing life in the future, in the midst of rapid economic progress that makes people innovate, one of which is by investing. A person's lack of knowledge in investing results in fear and negative things that can affect investment decisions. Lack of proper understanding in investing also results in losses for novice investors. Bibits, which is an investment platform that is in great demand by the people of Indonesia, has made researchers interested in examining the activities that occur in the dissemination of information about Bibits investments. Electronic word of mouth which is commonly known as e-WOM is one of the newest innovations in the world of digital marketing, known for its broad and effective dissemination of information, making e-WOM one of the reasons for researchers to get to know more about electronic word of mouth in disseminating information to the Bibit community. This research is focused on how dimensions electronic word of mouth in building an interest in investing in Bibit mutual funds for novice investors and what is the role electronic word of mouth in building investment decisions for novice investors through AIDDA theory (Attention, Interest, Desire, Decision and Action). The purpose of this study is to determine activity electronic word of mouth carried out by the Bibit community to attract novice investors to invest in the Bibit application. This study uses a qualitative descriptive method by collecting interview data online as well as the determination of informants using purposive sampling technique. The results of this study indicate that there is a positive role in making investment decisions in the Bibits application by novice investors, due to activity electronic word of mouth in the Bibit community in the dissemination of information that supports investment decisions.*