

## ABSTRAK

### **Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth, Komunitas online, dan Iklan Online Terhadap Loyalitas Merek Melalui Mediasi Citra Merek (Studi Pada Gamers Genshin Impact Generasi Z).**

Monika Claudia Sarita.<sup>1)</sup>, Cynthia Sari Dewi <sup>2)</sup>.

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Pertumbuhan industri gim yang dipicu oleh perkembangan teknologi telah menciptakan minat yang besar di kalangan Generasi Z. Namun, popularitas beberapa gim seperti Genshin Impact telah mengalami penurunan bertahap dalam beberapa tahun terakhir. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh e-wom, komunitas online, iklan online dan citra merek terhadap loyalitas pemain Game Genshin Impact. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui data primer. Teknik purposive sampling digunakan sampel 100 pemain game yang berdomisili Jakarta. Dengan menggunakan structural equation model (SEM), analisa data menggunakan SMART PLS. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa EWOM, Komunitas Online berpengaruh positif signifikan terhadap Citra merek dan Loyalitas Merek. Untuk Iklan Online berpengaruh terhadap Loyalitas merek tetapi tidak berpengaruh terhadap Citra Merek.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, *Komunitas Online*, *Iklan Online*, *Citra Merek*, dan *Loyalitas Merek*.