

ABSTRAK

PENGARUH DIGITAL BRANDING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP DAYA SAING PRODUK UMKM DI KOTA MEDAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital branding dan electronic word of mouth (e-WOM) terhadap daya saing produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Medan. Digital branding berperan dalam membangun identitas merek secara online, sementara e-WOM menciptakan rekomendasi berbasis pengalaman konsumen yang dapat memengaruhi citra produk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital branding dan e-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing produk UMKM. Strategi digital branding membantu meningkatkan merek, loyalitas konsumen dan memperluas jangkauan pasar sedangkan e-WOM memberikan dampak signifikan melalui ulasan positif dan rekomendasi konsumen. Studi ini merekomendasikan UMKM untuk memaksimalkan platform digital sebagai bagian dari strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing di era digital.

**Kata Kunci : Digital Branding , Electronic Word Of Mouth , Daya Saing Produk ,
UMKM**