

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
NOTEBOOK LENOVO MELALUI *WORD OF MOUTH*  
(Survei pada Mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta)**

**Disusun Oleh:**

**RENDI PRATAMA  
141130060**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian notebook lenovo melalui variabel *word of mouth* sebagai variabel intervening. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 130 orang yang merupakan konsumen notebook Lenovo yang berada di Yogyakarta. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur dengan menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan software SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh secara langsung terhadap *word of mouth*. *Word of mouth* berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui variabel *word of mouth* sebagai variabel intervening. Pengaruh langsung citra merek terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung citra merek terhadap keputusan pembelian melalui *word of mouth*.

Kata Kunci: Citra Merek, Word of Mouth, dan Keputusan Pembelia.

