

**Pengaruh *Social Media Marketing*, *Word of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli di Panties Pizza
(Survey Pada Konsumen Panties Pizza Di Yogyakarta)**

Meisha M Putri
NIM: 141150270

Mahasiswi program studi manajemen
Fakultas ekonomi dan bisnis
Universitas pembangunan nasional “veteran” yogyakarta
Email: meishamputri@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Social Media Marketing*, *Word of Mouth*, dan *Brand Image* terhadap Minat Beli . Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Panties Pizza di Yogyakarta yang mengetahui keberadaan Panties Pizza. Jumlah responden sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Berganda. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa *Social Media Marketing*, *Word of Mouth*, dan *Brand Image* berpengaruh secara bersama-sama terhadap Minat Beli konsumen Panties Pizza di Yogyakarta, *Social Media Marketing* berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli konsumen Panties Pizza di Yogyakarta, *Word of Mouth* berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli konsumen Panties Pizza di Yogyakarta, dan *Brand Image* berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli konsumen Panties Pizza di Yogyakarta.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*; *Word of Mouth*; *Brand Image*; Minat Beli; Konsumen.