

ABSTRAKSI

Nilam Pradita, Nomor Mahasiswa 152170062, Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Citra Merek serta Implikasinya Terhadap Minat Beli Wardah Kosmetik” (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta). Dosen Pembimbing I Humam Santosa Utomo dan dosen pembimbing II Didik Indarwanta.

Penelitian bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Citra Merek serta Dampaknya pada Minat Beli Pelanggan. Ukuran Sample pada penelitian ini sebanyak 82 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*. Teknis analisis data menggunakan Analisis Deskriptif dan Analisis Inferensial dengan metode SEM PLS 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Ambassador* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Citra Merek (Z). *Electronic Word of Mouth* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Citra Merek (Z). *Brand Ambassador* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y). *Electronic Word of Mouth* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y). Citra Merek (Z) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y). *Brand Ambassador* (X1) berpengaruh terhadap Minat Beli (Y) melalui Citra Merek (Z) berpengaruh signifikan. *Electronic Word of Mouth* (X2) berpengaruh terhadap Minat Beli (Y) melalui Citra merek (Z) berpengaruh tidak signifikan.

Wardah Kosmetik perlu memperhatikan pemilihan *brand ambassador* yang tepat dan manajemen *e-WOM* dengan baik supaya mampu meningkatkan citra merek dan minat Beli pelanggan.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *e-wom*, komunikasi pemasaran, citra merek, minat beli.