

ABSTRAK

Danu Aditya, Nomor Mahasiswa 152150029, Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening” (Studi pada konsumen Pengguna Vespa di Komunitas Vespa Santuy Scoot YK. Dosen Pembimbing I Dr. Humam Santoso Utomo dan Dosen Pembimbing II Drs. Indro Herry Mulyanto

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Studi pada konsumen Pengguna Vespa di Komunitas Vespa Santuy Scoot YK. Ukuran sampel dalam penelitian ini 51 responden yang merupakan semua populasi. Teknik sampling yang digunakan adalah *sampling jenuh*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Analisis statistik inferensial yang menggunakan metode statistik *partial least square* dengan bantuan aplikasi SEM-PLS 3.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, *Electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Minat Beli berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan *Electronic Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan Vespa Piaggio harus memperkuat branding vespa melalui social media agar muncul ketertarikan dan nantinya konsumen akan mereferensikan produk vespa ini ke orang lain dan membeli produk vespa tersebut.

Kata kunci: *Electronic Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian, Minat Beli