

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA PRODUK PARFUM MYKONOS**

(Survei Pada Konsumen Mykonos di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)

ANNISYA PUTRI SALSABILA

NIM. 141190269

Email: 141190269@student.upnyk.ac.id

Pembimbing: Dr. Widhy Tri Astuti, S.E., M.Si

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian melalui *brand image* sebagai variabel mediasi pada produk parfum Mykonos. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *Partial Least Square (PLS)*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian ini adalah konsumen Mykonos di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan kriteria responden berusia diatas 17 tahun dan pernah membeli produk Mykonos. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* sebagai Variabel Mediasi, dan *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* sebagai Variabel Mediasi pada produk Parfum Mykonos.

Kata Kunci: Kualitas Produk, *Electronic Word Of Mouth*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian.