

## ABSTRAKSI

Friska Rahmawati, Nomor Mahasiswa 152190035, Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *EWOM* terhadap Citra Merek serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Netflix” (Studi Studi Pada Pengguna Netflix di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta) 2023. Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II Drs. Indro Herry Mulyanto, M.Si.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *EWOM* terhadap Citra Merek serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah 100 responden yang diambil dari masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian Netflix dan pernah mengakses internet untuk melihat ulasan tentang Netflix. Teknik sampling yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data dengan *google form*. Analisis Data menggunakan Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Inferensial yang menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) menggunakan *SmartPLS 4.0*.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *EWOM* (X) berpengaruh signifikan terhadap Citra Merek (Z) dengan t-hitung sebesar 6,244 dan nilai sig sebesar 0,000. Citra Merek (Z) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan t-hitung sebesar 5,310 dan nilai sig sebesar 0,000. *EWOM* (X) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan t-hitung sebesar 2,746 dan nilai sig sebesar 0,006. *EWOM* (X) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Citra Merek (Z) dengan t-hitung sebesar 3,718 dan nilai sig sebesar 0,000.

Saran untuk pihak Netflix adalah agar dapat memperhatikan *EWOM* dengan mengontrol segala jenis informasi yang tersebar di internet yang berkaitan dengan Netflix, meningkatkan kualitas layanan, dan mengelola sosial media dari Netflix untuk menumbuhkan ulasan konsumen yang positif sehingga dapat mendorong timbulnya citra merek yang baik dan akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap Netflix.

Kata Kunci : *EWOM*, Citra Merek, Keputusan Pembelian