

ABSTRAKSI

Anisa Febriani, Nomor Induk Mahasiswa 152190100, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian “Pengaruh EWOM, Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen HMNS di Kota Yogyakarta)”. Pembimbing I Bapak Dr. Susanta, M.Si dan Pembimbing II Bapak Dr. Adi Soeprpto, M. Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh EWOM, Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini merupakan jenis penelitian *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen HMNS Perfume yang telah melakukan pembelian produk. Ukuran sampel penelitian ini berjumlah 69 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Metode analisis data menggunakan Analisis Linear Berganda dengan aplikasi SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel EWOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel EWOM, kesadaran merek dan citra bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian, HMNS Perfume harus mampu mempertahankan dan menjaga image perusahaan, mengembangkan produk menjadi lebih menarik, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.

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

