

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE OPPO* DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Survey Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Social Media Marketing* Dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi (Survey Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode *Structrural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan bantuan *SmartPLS 4*. Populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian produk Smartphone Oppo yang terdiri dari lima fakultas yaitu Fakultas Teknologi dan Mineral, Fakultas Teknik Industri, Fakultas Pertanian, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Teknik sampling yang digunakan yaitu *Non Probability Sampling* tepatnya *Purvosive Sampling*, dengan jumlah 120 sampel.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Smartphone Oppo pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image*, *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image*, *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Brand Image* mampu memediasi secara positif dan signifikan antara *Social Media Marketing* dan Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, *Brand Image* mampu memediasi secara positif dan signifikan antara *Electronic Word Of Mouth* dan Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

**Kata Kunci :** Keputusan Pembelian, *Social Media Marketing*, *Electronic Word of Mouth*, *Brand Image*

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE* *OPPO* DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Survey Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)**

***ABSTRACT***

*This research aims to determine and analyze the influence of Social Media Marketing and Electronic Word of Mouth on Purchasing Decisions with Brand Image as a Mediating Variable (Survey of Yogyakarta "Veteran" National Development University Students). This type of research is quantitative research. The method used is the Structural Equation Model (SEM) method using SmartPLS 4. The population of this research is students from the National Development University "Veteran" Yogyakarta who have purchased Oppo Smartphone products. The sampling technique used is Non Probability Sampling, specifically Purposive Sampling, with a total of 120 samples. Based on the research results, it shows that Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth and Brand Image have a positive and significant effect on purchasing decisions for Oppo Smartphone Products among students at the National Development University "Veteran" Yogyakarta, Social Media Marketing and Electronic Word of Mouth have a positive and significant effect on Brand Image, Brand Image is able to mediate positively and significantly between Social Media Marketing and the Decision to Purchase Oppo Smartphone Products among Students at the National Development University "Veteran" Yogyakarta, Brand Image is able to mediate positively and significantly between Electronic Word Of Mouth and the Decision to Purchase Oppo Smartphone Products in Student at the National Development University "Veteran" Yogyakarta.*

*Keywords: Brand Image ; Electronic Word of Mouth ; Social Media Marketing ; Purchase Decision*