

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *SOCIAL MEDIA MARKETING*,
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* KONSUMEN
HOUSE OF FUDGYBRO DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

JESSICA BERLIANA MARINI

NIM. 141210216

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

E-mail: jessicamarini451@gmail.com

ABSTRAK

Di era kemajuan teknologi digital menunjukkan adanya perubahan perilaku konsumen berkaitan dengan keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *online customer review*, *social media marketing*, dan *brand image* terhadap *purchase decision* pada konsumen House of Fudgybro di Daerah Istimewa Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen House of Fudgybro yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan dianalisis menggunakan *software SPSS*. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Online customer review*, *social media marketing*, dan *brand image* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*, 2) *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*, 3) *Social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*, 4) *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*.

Kata kunci: *Online Customer Review*, *Social Media Marketing*, *Brand Image*, *Purchase Decision*