

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA WAROENG STEAK AND SHAKE BANDAR LAMPUNG**

**Oleh:**

**Devania Pratiwi**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dapat dengan mudah melihat minat beli konsumen dari bagaimana respon mereka terhadap suatu produk dimedia sosial. Maraknya jumlah pengguna internet dapat digunakan untuk mengetahui seberapa banyak ketertarikan seorang konsumen terhadap sebuah produk. Beberapa faktor yang menyebabkan minat beli konsumen adalah *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) dan Citra Merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari Waroeng Steak And Shake Bandar Lampung. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 180 responden. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Waroeng Steak And Shake Bandar Lampung.

**Kata kunci :** *Electronic Word Of Mouth*, Citra Merek, Minat Beli.

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH AND BRAND IMAGE ON CONSUMER'S BUYING INTEREST IN WAROENG STEAK AND SHAKE BANDAR LAMPUNG**

**By:**

**Devania Pratiwi**

The development of information and communication technology can easily see consumer buying interest from how they respond to a product on social media. The rise in the number of internet users can be used to find out how much interest a consumer has in a product. Several factors that cause consumer buying interest are Electronic Word Of Mouth (E-Wom) and Brand Image. This study aims to determine the effect of Electronic Word Of Mouth (E-Wom) and Brand Image variables on Consumer Purchase Interest. The population in this study are consumers of Waroeng Steak And Shake Bandar Lampung. The sampling technique used in this research is non-probability sampling using purposive sampling method with a total sample of 180 respondents. Methods of data collection using the questionnaire method. Methods of data analysis in this study using multiple linear regression analysis. The results showed that there was a positive and significant relationship between Electronic Word Of Mouth (E-Wom) and Brand Image variables on Consumer Purchase Interest at Waroeng Steak And Shake Bandar Lampung.

**Keywords: Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Brand Image, Consumer Purchase Interest.**