

PENGARUH CITRA MEREK DAN *ELECTRONIC ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PADA *MARKETPLACE LAZADA* DI KABUPATEN BULELENG

Oleh

Luh Mega Yuliasuti, NIM 1717041127

Prodi S1 Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan penggunaan, pada *marketplace* Lazada di Kabupaten Buleleng baik secara simultan maupun secara parsial. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang akan diuji reliabilitas dan validitasnya dan dianalisis dengan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) citra merek dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan, (2) ada pengaruh citra merek terhadap keputusan penggunaan, (3) ada pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan penggunaan pada *marketplace* Lazada di Kabupaten Buleleng.

Kata Kunci: citra merek, *electronic word of mouth*, keputusan penggunaan

PENGARUH CITRA MEREK DAN *ELECTRONIC ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PADA *MARKETPLACE LAZADA* DI KABUPATEN BULELENG

Oleh

Luh Mega Yuliasuti, NIM 1717041127

Prodi S1 Manajemen

ABSTRACT

This research aims to examine the effect of brand image and electronic word of mouth on purchasing decisions at Lazada marketplace in Buleleng Regency, both simultaneously and partially. The framework used in this researchs is causal quantitative. Sample is determined by using purposive sampling technique. Data were collected by using a questionnaire which will be tested for its reliability and validity, and will be analyzed by multiple linear regression analysis. The results of this research indicate that (1) brand image and electronic word of mouth have a simultaneous effect on purchasing decisions, (2) brand image has an effect on purchasing decisions, (3) electronic word of mouth has an effect on purchasing decisions at Lazada marketplace in Buleleng Regency.

Keywords: *Brand Image, Electronic Word of Mouth, Purchasing Decisions*