

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Brand Love*, *Excitement*, dan *Brand Image* terhadap *Word of Mouth* produk merek ZARA di Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah *applied research* yang menggunakan 4 variabel yaitu *Brand Love*, *Brand Image*, *Excitement* dan *Word of Mouth*.

Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 kuesioner yang disebarkan di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling* dan data akan diolah dengan menggunakan bantuan *SPSS 18.0 for windows* dan *AMOS 18.0*

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara *Brand Love* dan *Excitement* terhadap *Word of Mouth* produk merek ZARA sedangkan *Brand Image* tidak terbukti signifikan terhadap *Word of Mouth*.

Kata Kunci: *Brand Love*, *Excitement*, *Brand Image*, *Word of Mouth*

ABSTRACT

The purpose of this study was to identify and analyze the influence of Brand Love, Excitement and Brand Image to Word of Mouth of ZARA's product in Surabaya. The type of research is applied research. In this study 4 variables are use Brand Love, Brand Love,Excitement and Word of Mouth

Source of data used is primary data that is by distributing questionnaires. The samples used in this study was 150 respondents that distributed in Surabaya. The sampling technique used was convenience sampling and the data will be processed using SPSS 18.0 for windows and Lisrel 18.0.

The results of this study indicate that Brand Love and Excitement has a significant influence on Word of Mouth of ZARA's product . However Brand Image has no significant effect on Word of Mouth.

Key Words: Brand Love, Brand Image, Excitement, Word of mouth