

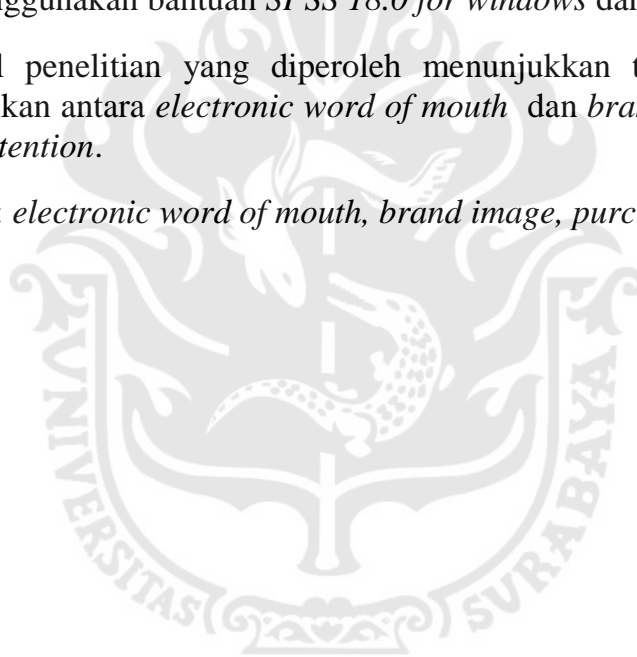
INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* terhadap *brand image* dan *purchase intention smartphone* Samsung di Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah *applied research* yang menggunakan 3 variabel yaitu *electronic word of mouth*, *brand image*, dan *purchase intention*.

Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 140 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 *electronic word of mouth* dan *brand image* terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci: *electronic word of mouth*, *brand image*, *purchase intention*



ABSTRACT

The purpose of this study was to identify and analyze the influence of electronic word of mouth to brand image and purchase intention smartphone Samsung in Surabaya. The type of research is applied research. In this study 3 variables are use (electronic word of mouth, brand image, and purchase intention).

Source of data used is primary data that is by distributing questionnaires. The samples used in this study was 140 respondents that destributed in Surabaya. The sampling technique used was convenience sampling and the data will be processed using SPSS 18.0 for windows and AMOS 18.0.

The results of this study indicate that electronic word of mouth has a significant influence on brand image and purchase intention.

Key Words: electronic word of mouth, brand image, purchase intention

