

## **ABSTARK**

**Muhammad ‘Arif Ilfattahu :** *Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word of Mouth terhadap Purchase Intention dengan Brand Image sebagai Variabel Mediasi pada Konsumen Lamuna Coffee Shop di Kota Padang.*  
(19/19059091)

**Dosen Pembimbing :** Whyosi Septrizola, SE, MM.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Trust pada konsumen Tara Kopi di Kota Padang.

Populasi penelitian adalah masyarakat yang pernah melihat konten Lamuna Coffee Shop di Kota Padang di media sosial. Sampel penelitian sebanyak 290 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online dan analisis data dilakukan dengan menggunakan software Smart PLS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Social Media Marketing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Electronic Word of Mouth berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Social Media Marketing berpengaruh signifikan terhadap Brand Image. Electronic Word of Mouth berpengaruh signifikan terhadap Brand Image. Brand Image berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Social Media Marketing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh Brand Image. Electronic Word of Mouth berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh Brand Image.

**Kata Kunci:** *Purchase Decision, Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Brand Image*



**Key Word:** *Purchase Decision, Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth,  
and Brand Image*