

ABSTRAK

Gadiesha Dina Aulia (2015/15059129): Pengaruh *Brand Personality* Terhadap *Electronic Word Of Mouth* Produk Wardah Dengan *Brand Preference* Sebagai Variabel *Intervening*

Pembimbing : Yunita Engriani, SE, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pengaruh *brand personality* terhadap *electronic word of mouth*, (2) pengaruh *brand personality* terhadap *brand preference*, (3) pengaruh *brand preference* terhadap *electronic word of mouth*, dan (4) pengaruh *brand personality* terhadap *electronic word of mouth* melalui *brand preference* sebagai variabel *intervening*.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna produk Wardah. Sedangkan jumlah sampel penelitian ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel 151 orang. Penelitian ini menganalisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan *software Smart PLS 2.0*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *brand personality* berpengaruh positif signifikan terhadap *electronic word of mouth*, (2) *brand personality* berpengaruh positif signifikan terhadap *brand preference*, (3) *brand preference* berpengaruh positif signifikan terhadap *electronic word of mouth*, (4) *brand personality* berpengaruh positif signifikan terhadap *electronic word of mouth* melalui *brand preference* sebagai variabel *intervening*.

Kata Kunci: *Brand Personality, Electronic Word Of Mouth, dan Brand Preference*