

ABSTRAK

Taufik Arrahman 2014/14059211 : Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Brand Awareness* Terhadap *Purchase Intention* *Smartphone* Samsung di Kota Padang.

Dosen Pembimbing : Vidyarini Dwita S.E, M.M, Ph.D

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis: (1) Pengaruh *Word of Mouth* terhadap *Purchase Intention* pada *smartphone* merek Samsung di Kota Padang, (2) Pengaruh *Brand Awareness* terhadap *Purchase Intention* pada *smartphone* merek Samsung di Kota Padang. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi pada penelitian ini merupakan masyarakat yang berdomisili di Kota Padang dan pernah menggunakan *smartphone* merek Samsung yang jumlahnya tidak diketahui. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel 120 orang. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan induktif melalui analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Word of Mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap *Purchase Intention* pada *smartphone* merek Samsung di Kota Padang, dan (2) *Brand Awareness* berpengaruh negatif terhadap *Purchase Intention* pada *smartphone* merek Samsung di Kota Padang.

Kata Kunci : *purchase intention, word of mouth, brand awareness*