

## ABSTRAK

### **PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND FAMILIARITY* PADA KONSUMEN SIDO MUNCUL DI KOTA TASIKMALAYA**

Oleh:

**Kamal Febrian Anugrah**

NIM. 203402157

Pembimbing I : Mohammad Soleh Soe'aidy  
Pembimbing II : Adhitya Rahmat Taufiq

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian melalui *brand awareness* dan *brand familiarity* pada konsumen Sido Muncul di Kota Tasikmalaya. Survey online dengan metode *purposive sampling* menghasilkan 235 responden, kemudian data diolah secara statistik menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* mampu memengaruhi *brand awareness* dan *brand familiarity*, *brand awareness* dan *brand familiarity* mampu memengaruhi keputusan pembelian, *brand awareness* dan *brand familiarity* mampu memediasi *electronic word of mouth* dengan keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** *electronic word of mouth*, keputusan pembelian, *brand awareness*, *brand familiarity*, SEM