

## ABSTRACT

*This research aims to know the influence of brand image, word of mouth, and purchase decision. The object of this research is the student of Mercu Buana Meruya, West Jakarta. This research was done to 168 respondents by using quantitative descriptive approach. Thus, data analysis which used is statistic analysis in the form of SEM Lisrel. The result of this research shows by t-test there is significant affection between variable of Brand Image on Word of Mouth, Word of Mouth on Purchase Decision, and Brand Image on Purchase Decision.*

*Keyword: Brand Image, Word of Mouth, Purchase Decision*



## ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap *word of mouth* dan keputusan pembelian. Objek penelitian ini adalah mahasiswa Mercu Buana Meruya, Jakarta Barat. Penelitian ini dilakukan terhadap 168 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM Lisrel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji t terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel citra merek terhadap *word of mouth*, *word of mouth* terhadap keputusan pembelian, dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian

