

ABSTRACT

This study aimed to determine whether there is positive power of word of mouth marketing and brand image of the high repeat order Sin Jung facial whitening cream. "A case study in the district consumer Sanggau Kapuas" Total population of 85 people, the number of samples used also as many as 85 people. Results of linear regression analysis of the analysis and discussion of the influence of the power of word of mouth marketing (WOMM) and brand image (BI) to repeat order (RO) is positive, it means there is a positive relationship between the coefficient of word of mouth marketing and brand image of repeat orders whitening cream Sin Jung's face. "(Case Study On Consumer Sanggau Kapuas, west Kalimantan " Borneo " .

The sampling technique used purposive sampling. This study uses primary data obtained by distributing questionnaires to the loyal customers of Shin Jung facial whitening cream twice user. Data analysis techniques used in this research is multiple linear regression, which is operated through a program IBM SPSS 20.0. These results indicate that the word of mouth marketing has no effect on the brand image of repeat orders and repeat order effect on facial whitening cream Sin Jung.

Keywords: Word Of Mouth Marketing, Brand Image, and Repeat Order



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif kekuatan *word of mouth marketing* dan *brand image* terhadap tingginya *repeat order* krim pemutih wajah Sin Jung. “studi kasus pada konsumen kabupaten Sanggau kapuas” Jumlah populasi sebanyak 85 orang, jumlah Sampel yang dipergunakan juga sebanyak 85 orang. Hasil analisis regresi linier dari analisa dan pembahasan tentang pengaruh kekuatan *word of mouth marketing* (*WOMM*) dan *brand image* (*BI*) terhadap *repeat order* (*RO*) bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Koefisien *word of mouth marketing* dan brand image terhadap *repeat order* krim pemutih wajah Sin Jung. “(Studi kasus Pada Konsumen Kabupaten Sanggau Kapuas, Kalimantan Barat” Borneo”.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen setia krim pemutih wajah Shin Jung sebanyak dua kali pemakaian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, yang dioperasikan melalui program *IBM SPSS 20,0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *word of mouth marketing* tidak berpengaruh terhadap *repeat order* dan *brand image* berpengaruh terhadap *repeat order* krim pemutih wajah Sin Jung.

Kata Kunci : *Word Of Mouth Marketing*, *Brand Image*, dan *Repeat Order*.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA