

---

**UNIVERSITAS BINA NUSANTARA**

---

School of Business Management

Program International Marketing

Skripsi Sarjana Ekonomi

Semester Genap tahun 2014/2015

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA AND e-WOM TO BRAND AWARENESS AND IMPACT ON PURCHASE DECISION (CASE STUDY : CAFÉ EXHALE HOOKAH LOUNGE PANTAI INDAH KAPUK)***

**Christianto Wijaya - 1501152864*****Abstract***

*The purpose of this study was to determine the effect of social media and e-WOM influence on brand awareness and impact on purchasing decision on Cafe Exhale Hookah Lounge. The method used in this research is associative method with quantitative research. Data collection methods used in this study are questionnaires distributed to 100 customers Exhale Hookah Lounge. Data processing method used in this research is the analysis of paths. Results of this study prove that social media and e-WOM influence on brand awareness and impact on purchasing decisions. Advice can be given to Exhale Hookah Lounge is provide quicker information to consumers through social media, a lot of interaction with consumers through social media. (CW)*

**Keywords:** *social media, e-WOM, brand awareness, purchase decision*

**UNIVERSITAS BINA NUSANTARA**

---

School of Business Management

Program International Marketing

Skripsi Sarjana Ekonomi

Semester Genap tahun 2014/2015

**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA* DAN *E-WORD OF MOUTH* TERHADAP  
*BRAND AWARENESS* SERTA DAMPAKNYA PADA *PURCHASE DECISION* (STUDI  
KASUS: KAFE EXHALE HOOKAH LOUNGE PANTAI INDAH KAPUK)**

**Christianto Wijaya - 1501152864**

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial dan E-WOM terhadap kesadaran merek serta dampaknya pada keputusan pembelian pada Kafe Exhale Hookah Lounge. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif dengan jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner yang disebarkan kepada 100 pelanggan Exhale Hookah Lounge. Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa jalur. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa social media dan E-WOM berpengaruh terhadap kesadaran merek serta berdampak pada keputusan pembelian. Saran yang dapat diberikan kepada Exhale Hookah Lounge adalah memberikan informasi yang lebih cepat kepada konsumen melalui media sosial, banyak berinteraksi dengan konsumen lewat media sosial. (CW)

Kata Kunci: media sosial, E-WOM, kesadaran merek, keputusan pembelian