

ABSTRAK

Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Film Netflix di Bandar Lampung

Oleh

Yuda Eza Mahendra

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan *brand image* terhadap keputusan penggunaan aplikasi Film Netflix di Bandar Lampung. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode kausalitas. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi Film Netflix di Bandar Lampung dengan jumlah sampel 100 responden. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji f. Hasil penelitian secara simultan bahwa *electronic word of mouth* dan *Brand image* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi film Netflix di Bandar Lampung.

Key words: *Electronic Word of Mouth, Brand Image, Keputusan Penggunaan.*