

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA MASKAPAI GARUDA INDONESIA DI LAMPUNG

Oleh

I Made Bismar Manu D.P

Fenomena. Kenaikan harga tiket penerbangan menjadi pemicu turunnya penumpang jalur domestik. Dengan internet memudahkan masyarakat melakukan kegiatan dengan mudah dan cepat, seperti halnya maskapai Garuda Indonesia yaitu penyedia jasa mulai dari jasa transportasi, jasa barang, dll. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah sehingga citra merek dan (*E-wom*) *electronic word of mouth* berpengaruh positif secara simultan terhadap variabel keputusan pengguna jasa. Dalam penelitian ini sampel penelitian sebanyak seratus orang menggunakan teknik random sampling. Teknik analisis deskriptif dan statistik meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji hipotesis, analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa citra merek dan (*E-wom*) *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pengguna pada jasa maskapai Garuda Indonesia di Lampung. Dengan hasil pengujian parsial sebesar $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau sebesar $(5,248 > 3,09)$ sehingga maskapai Garuda Indonesia untuk terus memperhatikan tampilan dan merek agar konsumen senang untuk menggunakan jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia.

Kata Kunci: Citra Merek, *Electronic Word Of Mouth*, *Keputusan Pengguna*