

ABSTRAK

Siti Khalimah, 1520320014, “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pukwe Café di Kabupaten Kudus”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan *brand awareness* terhadap minat beli konsumen di Pukwe Cafe Kudus. Populasi penelitian ini adalah *followers* instagram Pukwe Cafe Kudus yang jumlahnya 5877 orang dan teknik sampel menggunakan *random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 161 responden. Jenis penelitian menggunakan penelitian survei dengan metode penelitian kuantitatif. Pengujian dilakukan dengan SEM-PLS, dengan menggunakan pengolah data WarpPLS 6.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat beli ditunjukkan bahwa koefisien jalur yang bernilai sebesar 0,547 dan signifikan ($<0,01$); 2) *brand awareness* terhadap minat beli ditunjukkan bahwa koefisien jalur yang bernilai sebesar 0,313 dan signifikan ($<0,01$).

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth*, *Brand Awareness*, Minat Beli