

ABSTRAK

Aida Purwanti Wibowo. “Pengaruh *Brand Love*, *Brand Personality*, dan *Brand Image* terhadap *Word Of Mouth* (studi pada PT. Netral Jaya Motor cabang Pangandaran)” Dibawah bimbingan Dr. Nana Darna, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Annisa Lisara, S.Pd., M.M (Pembimbing II).

Word of mouth menjadi penting dalam pemasaran, mengingat dengan adanya *word of mouth* dapat membantu perusahaan untuk dapat mengenal produk yang dipasarkan perusahaan. Oleh sebab itu maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *brand love*, terhadap *word of mouth*, bagaimana *brand personality* terhadap *word of mouth* bagaimana pengaruh *brand image* terhadap *word of mouth*, bagaimana pengaruh *brand love*, *brand personality*, dan *brand image* terhadap *word of mouth*. Dengan demikian maka tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh *brand love*, terhadap *word of mouth*, *brand personality* terhadap *word of mouth* pengaruh *brand image* terhadap *word of mouth*, pengaruh *brand love*, *brand personality*, dan *brand image* terhadap *word of mouth*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: *brand love* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* pada PT. Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran. Artinya jika *brand love* tinggi, maka *word of mouth* juga akan tinggi. Begitu juga sebaliknya, jika *brand love* rendah, maka *word of Mouth* juga akan rendah. *brand personality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* pada PT. Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran. Artinya jika *brand personality* tinggi, maka *word of mouth* juga akan tinggi. Begitu juga sebaliknya, jika *brand personality* rendah, maka *word of mouth* juga akan rendah. *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* pada PT. Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran. Artinya jika *brand image* tinggi, maka *word of mouth* juga akan tinggi. Begitu juga sebaliknya, jika *brand image* rendah, maka *word of mouth* juga akan rendah. *brand love*, *brand personality* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* pada PT. Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran. Artinya jika *brand love*, *brand personality* dan *brand image* tinggi maka *word of mouth* juga tinggi. tetapi jika *brand love*, *brand personality* dan *brand image* rendah, maka *word of mouth* akan rendah.

Kata Kunci: *brand love*, *brand personality*, dan *brand image* terhadap *word of mouth*