

# **PENGARUH WORD OF MOUTH, BRAND AWARENESS, DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YOGA MAT DI UNIQUE YOGA SHOP BALI**

## **Abstrak**

Perkembangan komunikasi dalam strategi pemasaran, penting perannya bagi pelaku usaha dalam mempengaruhi suatu keputusan pembelian konsumen. Bertambahnya minat masyarakat dalam melakukan yoga, hal ini tentu saja berpengaruh terhadap keputusan pembelian yoga mat di Unique Yoga Shop Bali sebagai salah satu toko distributor produk yoga di Bali. Sehingga terjadinya peningkatan penjualan terhadap produk utamanya yaitu yoga mat, yang diyakini adanya pengaruh dari faktor *Word of Mouth*, *Brand Awareness*, dan *Social Media Marketing* terhadap keputusan pembelian yoga mat di Unique Yoga Shop Bali.

Populasi penelitian ini adalah orang lain yang pernah membeli yoga mat di Unique Yoga Shop Bali yang tidak diketahui jumlah pastinya. Sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling* dengan menggunakan rumus *Hair* adalah sebanyak 126 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Word of Mouth*, *Brand Awareness*, dan *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yoga mat di Unique Yoga Shop Bali. Saran bagi penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lainnya.

**Kata Kunci:** *Word of Mouth*, *Brand Awareness*, *Social Media Marketing*, Keputusan Pembelian

UNMAS DENPASAR