

## ABSTRAK

Nama : Aaron Philbert  
Program Studi : Kewirausahaan  
Judul : Pengaruh *Word of Mouth* dan Kesadaran Merek yang Memengaruhi Niat Membeli Produk di *Café Italo Gelato* di Bali.

Pertumbuhan industri makanan dan minuman di Bali dapat dilihat dari fenomena kafe-kafe yang bermunculan karena minat wisatawan terhadap kuliner yang tinggi. Namun niat membeli produk di *Café Italo Gelato* yang terletak di pantai Kuta Bali diindikasikan rendah. Faktor-faktor yang memengaruhi niat membeli produk di *Café Italo Gelato* adalah adanya *word of mouth* dan kesadaran merek. Oleh karena itu, penelitian ini ingin menguji faktor niat membeli produk di *Café Italo Gelato* di Bali yang dipengaruhi *word of mouth* dan kesadaran merek. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling – Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan alat analisis SmartPLS versi 3.2.8. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 100 yaitu adalah konsumen dan calon konsumen pembeli produk di *Café Italo Gelato* di Bali dan menggunakan Teknik *convenience sampling*. Berdasarkan uji hipotesis, menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan dan positif *word of mouth* dan kesadaran merek terhadap niat membeli. Saran dalam penelitian ini adalah menggelar acara yang unik atau tidak biasa sehingga para pelanggan dan calon pelanggan dapat membicarakan mengenai *Café Italo Gelato* dan informasi mengenai *café* tersebut dapat tersebar luas untuk meningkatkan niat membeli. Selanjutnya, *Café Italo Gelato* dapat menyebarkan brosur untuk meningkatkan kesadaran merek untuk meningkatkan niat membeli.

**Kata Kunci:** *Word of Mouth*, Kesadaran Merek dan Niat Membeli.