

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah penggunaan *word of mouth* dan *place* berpengaruh terhadap brand awareness masyarakat di Kota Malang. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di yang pernah membeli produk Mixue di gerai Kota Malang. Menggunakan metode pengumpulan data *survey* melalui yaitu kuesioner (*Google Form*) dengan jumlah responden sebanyak 193. Menggunakan teknik analisis regresi linier berganda hal ini dilakukan karena analisis dalam penelitian ini butuh untuk mengetahui adanya pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *word of mouth* dan *place* terhadap *brand awareness* dari Mixue di Kota Malang.

Kata Kunci: Pemasaran dari mulut ke mulut, Tempat, kesadaran merek

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze whether the use of word of mouth and place influences the brand awareness of the people in Malang City. The population selected in this study is all people who have bought Mixue products at outlets in Malang City. Using a survey data collection method, namely a questionnaire (Google Form) with a total of 193 respondents. Using multiple linear regression analysis techniques this was done because the analysis in this study needed to determine the influence of more than one independent variable on one dependent variable. The results of this study indicate that there is a positive influence between word of mouth and place on the brand awareness of Mixue in Malang City.

Keywords: *Word Of Mouth, Place, Brand Awareness*