

PENGARUH E-WOM, GAYA HIDUP DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM HMNS

ABSTRAK

Saat ini pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat, hal ini disebabkan oleh tingginya minat masyarakat terhadap kosmetik serta gaya hidup yang konsumtif di Indonesia. Tingginya pertumbuhan industri kosmetik ini membuat persaingan pasar industri kosmetik khususnya parfum semakin kompetitif, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel e-wom, gaya hidup, dan kualitas produk secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian parfum HMNS.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Populasi keseluruhan konsumen yang sudah membeli dan mengonsumsi parfum HMNS. Metode pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dan teknik yang digunakan yaitu purposive sampling dengan jumlah sampel 120 responden. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS ver.25. Tahap uji yang dilakukan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, regresi linier berganda, uji F (simultan), uji t (parsial), dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian parfum HMNS, sedangkan variabel e-Wom dan Gaya Hidup secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian parfum HMNS. Secara simultan menunjukkan bahwa variabel e-wom, gaya hidup, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian parfum HMNS.

Kata Kunci: *e-wom, gaya hidup, keputusan pembelian, kualitas produk.*

(xii + 59 + lampiran)

Daftar Pustaka (2010-2022)