

Farah Nur Fauziah 10221700

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE ORIGINOTE PADA *FOLLOWERS* X @OHMYBEAUTYBANK

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2023

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk The Originote pada *followers* x @ohmybeautybank.

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer kuantitatif, tahap uji yang dilakukan adalah: Uji Validitas, reliabilitas, normalitas, heterokedastisitas, multikolinearitas, regresi linier berganda, Uji t, Uji F dan koefisien determinasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan instrument kuesioner dan data valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel adalah purposive sampling. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS.

Hasil penelitian ini menghasilkan nilai regresi linier berganda dengan nilai $Y = 1,635 + 0,342X_1 + 0,028X_2 + 0,467X_3$. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan secara parsial bahwa variabel *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk The Originote pada *followers* x @ohmybeautybank. Sedangkan, variabel kualitas produk secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk The Originote pada *followers* x @ohmybeautybank. Secara simultan, dinyatakan bahwa variabel *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk The Originote pada *followers* x @ohmybeautybank.

Kata kunci: *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), kualitas produk, harga, Keputusan pembelian

(xii + 68 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2012 - 2023)