

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh E-WOM, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada market place tokopedia (studi kasus mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unidha). Populasi dalam penelitian ini mahasiswa unidha yang pernah melakukan pembelian di tokopedia, dengan sampel sebanyak 138 responden. Data diperoleh dengan melakukan kuesioner kemudian diolah dan diuji dengan menggunakan SPSS. Dari penelitian yang dilakukan diketahui berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa 1) E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 4) E-WOM, kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa besar pengaruh E-WOM, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 53,1% sedangkan sisanya 46,9% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata kunci: E-WOM, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian

SUMMARY

This research aims to find out how E-WOM, product quality and price influence purchasing decisions at the Tokopedia market place (case study of students at the Faculty of Economics and Business, Unidha. The population in this study is Unidha students who have made purchases at Tokopedia, with a sample of 138 respondents . Data obtained by conducting a questionnaire was then processed and tested using SPSS. From the research conducted, it is known that based on the results of hypothesis testing, 1) E-WOM has a positive and significant effect on purchasing decisions. 2) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. 3) Price has a positive and significant effect on purchasing decisions. 4) E-WOM, product quality and price simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions. The results of the coefficient of determination show that the influence of E-WOM, product quality and price on purchasing decisions is 53.1% while the remaining 46.9% is influenced by other factors.

Keywords: E-WOM, product quality, price, and purchasing decisions