

PERANAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BLOODS INDUSTRIES DI SHOPEE

Ditulis Oleh:

Kautsar Ryan Khaddafi

Pembimbing:

Efi Fitriani, S.E., M.Si.

ABSTRAK

Fashion telah membawa pengaruh besar terhadap globalisasi dan gaya hidup. Fashion bukan hanya tentang pakaian namun mencakup peran dan makna pakaian dalam sebuah tindakan sosial. Pelaku bisnis di Indonesia semakin marak membuat konsumen memiliki pilihan yang lebih luas dalam membuat suatu keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian produk Bloods Industries. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan rumusan masalah verifikatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk penelitian mengenai Peranan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan sistematika *Purposive Sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, analisis regresi linear sederhana pada taraf 5% atau 0,05, serta aplikasi perangkat lunak yang digunakan dalam menganalisis data primer adalah IBM SPSS Statistik 29. Hasil penelitian disini menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Bloods Industries, sebesar 65,3% dan sisanya sebesar 34,7% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth*, Keputusan Pembelian.

**THE ROLE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH IN PURCHASE DECISIONS FOR
INSURGENT BLOODS INDUSTRIES ON SHOPEE**

Written By:

Kautsar Ryan Khaddafi

Supervisor:

Efi Fitriani, S.E., M.Si.

ABSTRACT

Fashion has brought a major influence on globalization and lifestyle. Fashion is not only about clothing but includes the role and meaning of clothing in social action. Business people in Indonesia are increasingly rife, making consumers have a wider choice in making a purchasing decision. This study aims to determine the role of Electronic Word of Mouth on Bloods Industries product purchasing decisions. This study uses quantitative research methods with a verification problem formulation approach. The sampling technique used for research on the Role of Electronic Word of Mouth on Purchasing Decisions uses a non-probability sampling technique with a purposive sampling systematic approach. The data analysis used in this study was simple linear regression analysis at the level of 5% or 0.05, and the software application used to analyze primary data was IBM SPSS Statistics 29. The results of the study here show that Electronic Word of Mouth has a positive and significant effect on Bloods Industries Purchase Decisions, amounting to 65.3% and the remaining 34.7% is explained by other variables not proposed in this study.

Keywords: *Electronic Word of Mouth, Purchase Decision.*