

ABSTRAK

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN **(Studi Kasus pada *Saint Barkley* Bandung)**

Oleh:

Reski Pravianto

0215101101

**FAKULTAS MANAJEMEN DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIDYATAMA
BANDUNG**

Tinjauan dari penelitian ini adalah untuk memeriksa dan menganalisa, pengaruh E-WOM, persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang diambil oleh responden. Analisis ini menggunakan variabel independen yaitu E-WOM, persepsi harga dan kualitas produk. Variabel dependen penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *Saint Barkley* Bandung. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 234 responden, diambil dengan *purposive sample*. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan langsung ke responden. Metode statistik yang menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan pengujian hipotesis uji statistik F dan t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara statistik positif dan signifikan antara E-WOM, persepsi harga dan kualitas produk secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian *Saint Barkley* Bandung.

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

ABSTRACT

INFLUENCE OF E-WOM, PRICE PERCEPTION AND PRODUCT QUALITY TOWARDS BUYING DECISION

(Case Study at Saint Barkley Bandung)

By:

Reski Pravianto

0215101101

**FACULTY OF MANAGEMENT AND BUSINESS
WIDYATAMA UNIVERSITY
BANDUNG**

The objective of the research are to examine and analyze, influence of E-WOM, price perception and product quality towards buying decision taken by the respondent. The analysis used an independent variable of E-WOM, price perception and product quality. The dependent variable is buying decision.

The population of the research is customer of Saint Barkley Bandung. Sample of the research consisted of 234 respondents, taken by purposive sample. Data collection using questionnaires that are distributed directly to respondents. Statistical methods that use multiplied analysis linear regression, with hypotheses testing of F-tests and t-tests.

The result of the research showed that E-WOM, price perception and product quality statistically positive and significant influential partial and simultaneous affect buying decision Saint Barkley Bandung.

Keywords: E-WOM, price perception, product quality and buying decision.