

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of E-Wom (Electronic World of Mouth), Product Quality and Price on Purchase Decision (Case Study: Xiaomi Smartphone Purchase Decisions). The type of research used in this research is descriptive associative by using a causal approach. The population in this study are Xiaomi consumers who have made purchases with Xiaomi. The sampling technique used is non-probability sampling and the type of sampling used is purposive sampling. Data collection method using questionnaire method and analysis technique that uses SEM (Structural Equation Modeling) in which there are inner model and outer test models and the tools used are smartPLS 3.0. Data collection techniques using questionnaires that have been tested for validity and reliability. The results showed that the endogenous variables of purchasing decisions can be explained by exogenous variables namely EWOM, product quality and price of 83%, while the remaining 22% is explained by other exogenous variables. Separately all exogenous variables have a positive and significant effect, with the path coefficients values approaching the numbers +1 (0.380; 0.471; 0.167) and T-statistics > 1.96 (7.877; 10.046; 3.064).

Key Word: EWOM, Product Quality, Price, Purchase Decision.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *E-Wom (Electronif World Of Mouth)*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus : Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif asosiasif dengan menggunakan pendekatan kausal. Populasi pada penelitian ini adalah para konsumen Xiaomi yang telah melakukan pembelian *smartphone* Xiaomi. Teknik Pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dan jenis sampling yang digunakan adalah sampling purposive. Metode pengumpulan data dengan metode kuisoner dan Teknik analisa yang menggunakan SEM (Structural Equational Meodeling) dimana didalamnya terdapat uji inner model dan outter model dan alat bantu yang digunakan adalah smartPLS 3.0. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel endogen keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel eksogen yaitu EWOM, kualitas produk dan harga sebesar 83%, sedangkan sisanya sebanyak 22% dijelaskan oleh variabel eksogen lainnya. Secara terpisah kesemua variabel eksogen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, dengan nilai *path coefficients* mendekati angka +1 (0,380; 0,471; 0,167) dan *T-statistic* >1,96 (7,877; 10,046; 3,064).

Kata Kunci : E-WOM, Kualitas produk, Harga, Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA