

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH AND PRICES ON FASHION PRODUCT PURCHASE DECISIONS ONLINE THROUGH TOKOPEDIA**

**BY :**  
**Arif Setiawan**

*This study aims to examine the Effect of Electronic Word of Mouth and Price on Online Fashion Product Purchase Decisions through Tokopedia. The population in this study are consumers who have done shopping on the online shopping site Tokopedia. The research method used is a quantitative research method.*

*The sampling technique used was Nonprobability Sampling with the type of Purposive Sampling with the number of samples taken, namely 150 respondents. Meanwhile, for data processing using SPSS Statistics version 23.0 program. This study uses multiple linear regression analysis. This analysis is used to examine the relationship between the independent variable and the dependent variable.*

*The results show that Electronic Word of Mouth and Price partially have a positive effect on purchasing decisions for Fashion products online through Tokopedia, as evidenced by the results of distributing questionnaires stating that comments on Fashion products given by other consumers are a consideration for buyers to decide whether to buy or not. Fashion products on Tokopedia and the price of Fashion products in accordance with the quality of the product will be a consideration for buyers to decide whether or not to buy Fashion products at Tokopedia.*

*Keywords: Electronic Word of Mouth, Price, and Purchase Decision*

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* SECARA *ONLINE* MELALUI TOKOPEDIA**

**OLEH :  
Arif Setiawan**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* secara *online* melalui Tokopedia. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan perbelanjaan di situs belanja *online* Tokopedia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *Nonprobability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel yang diambil yaitu 150 orang responden. Sedangkan untuk pengolahan data menggunakan program SPSS Statistic versi 23.0. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* dan Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *Fashion* secara *online* melalui Tokopedia, dengan dibuktikan dari hasil penyebaran kuesioner yang menyatakan bahwa ulasan komentar terhadap produk *Fashion* yang diberikan konsumen lain menjadi pertimbangan pembeli untuk memutuskan membeli atau tidak produk *Fashion* di Tokopedia dan Harga produk *Fashion* yang sesuai dengan kualitas produknya akan menjadi pertimbangan pembeli memutuskan membeli atau tidak produk *Fashion* di Tokopedia.

Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth*, Harga, dan Keputusan Pembelian