

Abstrak

Perubahan dan perkembangan mobilitas gaya hidup yang menggeser kebutuhan sekunder oleh sebagian masyarakat. Salah satunya adalah rokok, rokok yang terbuat dari bahan baku tembakau beralih menjadi rokok elektrik atau vape dengan bahan baku liquid. Bahan bahan rokok elektrik sudah banyak ditemukan di *marketplace* dan *offline store* dengan berbagai macam harga. Riset penelitian ini sejalan dengan peneliti untuk melihat lebih jelas pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian liquid Bigow di Papanda Vape Store Sidoarjo. Populasi yang diteliti adalah konsumen yang membeli liquid Bigow pada Papanda Vape Store Sidoarjo dengan sampel sejumlah 102 orang. Data dikumpulkan melalui kuesioner memakai non probability sampling. Analisis statistik Regresi Berganda dengan hasil $Y = 5.251 + 0.128X_1 + 0.087X_2 + 0.045X_3 + e$. Hasil riset mengindikasikan Keputusan Pembelian berpengaruh relevan terhadap variabel bebas.

Kata Kunci: E-word Of Mouth, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

Abstract

Changes and developments in lifestyle mobility that shift secondary needs by some communities. One of them is cigarettes, cigarettes made from tobacco raw materials turned into e-cigarettes or vape with liquid raw materials. E-cigarette ingredients have been found in marketplaces and offline stores with a variety of prices. This research is in line with researchers to see more clearly the influence of Electronic Word Of Mouth, Price Perception, Product Quality on bigow liquid purchasing decisions at Papanda Vape Store Sidoarjo. The population studied was consumers who bought Bigow liquid at Papanda Vape Store Sidoarjo with a sample of 102 people. The data was collected through questionnaires using non probability sampling. Statistical analysis of Multiple Regressions with results $Y = 5.251 + 0.128X_1 + 0.087X_2 + 0.045X_3 + e$. The results indicate the Purchase Decision has a relevant effect on free variables.

Keywords: E-word Of Mouth, Price Perception, Product Quality, Purchasing Decision.