

ABSTRACT

Purchasing decisions can occur through E-WOM. Information given by consumers about another consumer product will create a purchasing decision. Product quality is also one of the factors consumers will make a purchase. Products that provide satisfactory value and even able to meet the needs of consumers will make consumers feel they want to buy the product again. The students of the Faculty of Economics at PGRI Adi Buana University in Surabaya amounted to 451 as the population and 82 respondents were sampled using the Slovin formula. Accidental sampling is used as a sampling technique. Questionnaires will be distributed by correspondents then respondent's answers will be analyzed using multiple linear regression previously tested on the instrument, the classic assumption test and the f test, t test. It was found that the results of the E-WOM variable and product quality had a significant and positive influence on the purchasing decision variable.

Keywords: *E-WOM, Product Quality, Purchasing Decisions*

ABSTRAK

Keputusan pembelian bisa terjadi melalui E-WOM. Informasi yang diberikan konsumen tentang sebuah produk kekonsumen lain akan menciptakan suatu keputusan pembelian. Kualitas produk juga menjadi salah satu faktor konsumen akan melakukan pembelian. Produk yang memberikan nilai puas bahkan mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan membuat konsumen merasa ingin membeli lagi produk tersebut. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya berjumlah 451 dijadikan populasi dan diambil sampel 82 responden dengan menggunakan rumus slovin. *Accidental sampling* dijadikan teknik pengambilan sampel. Kuesioner akan diberikan kepada responden kemudian jawaban responden akan dianalisis data menggunakan regresi linier berganda yang sebelumnya di uji instrumen, uji asumsi klasik serta uji f, uji t. Ditemukan hasil variabel E-WOM dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dan positif pada variabel keputusan pembelian. Sedangkan E-WOM dan kualitas produk juga mempunyai pengaruh secara simultan pada variabel keputusan pembelian.

Kata Kunci: E-WOM, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

