

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM)* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE
(Studi Pada Konsumen Shopee di Kota Jombang)**

ABSTRAK

Oleh:
Erina Yuniar Pratiwi
1761118

Dosen Pembimbing
Chusnul Rofi'ah, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi shopee di Kota Jombang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Dalam pengambilan sampel berjumlah 98 responden Sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan ialah angket . Metode yang digunakan untuk mengolah data dan menganalisis data adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada shopee.

Kata Kunci : *Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Keputusan Pembelian*

**IMPACT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) AND BRAND
IMAGE ON PURCHASE DECISIONS
ON SHOPEE APP USERS
(Study on Shopee Consumers in Jombang City)**

ABSTRACT

by:
Erina Yuniar Pratiwi
1761118

Advisor
Chusnul Rofi'ah, SE, MM

This study aims to determine the effect of electronic word of mouth and brand image on purchasing decisions on shopee application users in Jombang City. The method used in this research is a quantitative approach method. Analysis of the data used is multiple linear regression analysis. In taking the sample, there were 98 respondents. Meanwhile, the data collection method used was a questionnaire. The methods used to process the data and analyze the data are validity test, reliability test, classical assumption test, descriptive analysis, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The results of this study indicate that electronic word of mouth and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions at shopee.

Keywords: Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Purchase Decision