

ABSTRAK

“Pengaruh *E-Wom*, Persepsi Konsumen, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Sambel Pecel 99 Di Kota Madiun”. Fania Okta Nurhalisa. NPM. 2003102278. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas PGRI Madiun.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-wom*, persepsi konsumen, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Sambel Pecel 99 di Kota Madiun secara parsial dan simultan. Jenis penelitian ini yaitu menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Responden dalam penelitian ini yaitu pengunjung UMKM Sambel Pecel 99 Di Kota Madiun yang berjumlah 385. Dimana untuk perhitungan jumlah sampel responden tersebut menggunakan rumus Lemeshow. Untuk analisis data dalam penelitian ini menggunakan Aplikasi PLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *e-wom*, persepsi konsumen, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Sambel Pecel 99 di Kota Madiun secara parsial dan simultan. Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa R-Square untuk variabel keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 0,998. Hasil ini menunjukkan bahwa sebesar 99,8 % eksistensi keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh variabel *E-WOM* (X1), Persepsi Konsumen (X2), Harga (X3), dan Kualitas Produksi (X4).

Kata Kunci: *E-Wom*, Persepsi Konsumen, Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian

ABSTRAK

The Influence of E-WOM, Consumer Perception, Price, and Product Quality towards Purchasing Decisions at UMKM Sambel Pecel 99 in Madiun City.

This study aimed to determine the influence of e-wom, consumer perception, price, and product quality towards purchasing decisions at UMKM Sambel Pecel 99 in Madiun City partially and simultaneously. This type of research used quantitative descriptive. Respondents in this study were visitors to UMKM Sambel Pecel 99 in Madiun City totaling 385, where to calculate the number of respondent samples using the Lemeshow formula. Data analysis in this study using the PLS Application.

The results of the study show: there is a positive and significant influence of e-wom, consumer perception, price, and product quality towards purchasing decisions at UMKM Sambel Pecel 99 in Madiun City partially and simultaneously. Based on the results of the analysis, it can be seen that the R-Square for the purchasing decision variable (Y) is 0.998. These results indicate that 99.8% of the existence of purchasing decisions (Y) is influenced by the variables E-WOM (X1), Consumer Perception (X2), Price (X3), and Production Quality (X4).

Keywords: E-Wom, Consumer Perception, Price, Product Quality, Purchasing Decisions.