

## ABSTRAK

Syifa,ul. Maulidah. 2025. Pengaruh *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), Kualitas Produk, Daya Tarik Konten, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Warung Bekicot Magetan (Studi Empiris Konsumen Warung Bekicot Magetan). Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, UNIVERSITAS PGRI MADIUN. Pembimbing (I) Dr. Heny Sidanti, S.E., M.M. Pembimbing (II) Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM), Kualitas Produk, Daya Tarik Konten, dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Bekicot Magetan. Fenomena viralnya Warung Bekicot Magetan di media sosial menjadikan warung ini menarik untuk diteliti dari perspektif perilaku konsumen dan pemasaran digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 384 responden yang pernah melakukan pembelian di Warung Bekicot Magetan dan memiliki akun media sosial. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel E-WOM, Kualitas Produk, dan Daya Tarik Konten berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan variabel Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks kuliner tradisional yang viral, aspek digital dan pengalaman unik lebih dominan dibandingkan aspek fasilitas fisik. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan strategis bagi pengelola Warung Bekicot Magetan untuk terus meningkatkan kualitas produk dan memperkuat strategi digital marketing berbasis konten dan ulasan konsumen.

Kata Kunci: Electronic Word of Mouth, Kualitas Produk, Daya Tarik Konten, Fasilitas, Keputusan Pembelian.

## ABSTRACT

Syifa,ul. Maulidah. 2025. The Influence of Electronic Word of Mouth (E-WOM), Product Quality, Content Appeal, and Facilities towards Purchasing Decisions at Warung Bekicot Magetan (An Empirical Study of Consumers at Warung Bekicot Magetan). Skripsi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, UNIVERSITAS PGRI MADIUN. Pembimbing (I) Dr. Heny Sidanti, S.E., M.M. Pembimbing (II) Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.

This study aims to determine the influence of Electronic Word of Mouth (E-WOM), Product Quality, Content Appeal, and Facilities towards Purchasing Decisions at Warung Bekicot Magetan. The viral phenomenon of Warung Bekicot Magetan on social media makes this shop interesting to study from the perspective of consumer behavior and digital marketing. This study used a quantitative approach with a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 384 respondents who had purchased at Warung Bekicot Magetan and had social media accounts. The data analysis technique used was multiple linear regression with the help of SPSS version 25 software. The results show that the variables E-WOM, Product Quality, and Content Appeal significantly influenced Purchasing Decisions. However, the Facilities variable do not significantly influence Purchasing Decisions. These findings indicate that in the context of viral traditional culinary experiences, digital aspects and unique experiences are more dominant than physical facilities. This research is expected to provide strategic considerations for Warung Bekicot Magetan managers to continuously improve product quality and strengthen digital marketing strategies based on content and consumer reviews.

Keywords: Electronic Word of Mouth, Product Quality, Content Appeal, Facilities, Purchase Decisions.