ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi S-1 Manajemen

2026

Ayyaumi Fitri
1202022024

Pengaruh Citra Merek, E-Wom, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Alfagift (Malaka, Rorotan Jakarta Utara)

143 halaman + xvi halaman, 19 halaman, 6 gambar dan 4 lampiran

Uraian Abstrak

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, E-WOM, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling melalui penyebaran kuesioner. Populasi penelitian ini adalah Pelanggan Alfagift (Malaka Rorotan, Jakarta Utara). Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda, uji t (parsial), uji f (simultan). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: (1) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.(3) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (5) Secara simultan seluruh variable independent memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent yaitu keputusan pembelian. Citra Merek, E-WOM, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap keputusan Pembelian Pelanggan Alfagift (Malaka Rorotan, Jakarta Utara) sudah sesuai dengan syari'at Islam.

Kata Kunci : Citra Merek, E-WOM, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Faculty of Economics and Business

Study Program in Management

2026

Ayyaumi Fitri
1202022024

The Effect Of Brand Image, E-Wom, Product Quality And Service Quality On Alfagift Customer Purchase Decisions (Malaka, Rorotan North Jakarta)

143 pages + xvi pages, 19 tables, 6 figures and 4 appendices

Abstract Description

This study was conducted to analyze the influence of Brand Image, E-WOM, Product Quality, and Service Quality on Purchase Decisions. This study uses quantitative research. The sampling technique used is non-probability sampling with purposive sampling through the distribution of questionnaires. The population of this study is Alfagift customers (Malaka Rorotan, North Jakarta). The data analysis methods used are multiple linear regression analysis, t-test (partial), and F-test (simultaneous). The results of the study indicate that: (1) Brand Image has a positive and significant effect on purchase decisions. (2) E-WOM has a positive and significant effect on purchase decisions. (3) Product Quality has a positive and significant effect on purchase decisions. (4) Service Quality has a positive and significant effect on purchase decisions. (5) Simultaneously, all independent variables have a significant effect on the dependent variable.

Keywords : *Brand Image, E-WOM, Product Quality and Service Quality on Alfagift Customer Purchase Decisions (Malaka, Rorotan North Jakarta.*