

ABSTRAK

Eva Nurhaliza, NIM. 3402210459. Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan *Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Gabahe Chicken Express Sindangbarang. Dibawah bimbingan Bapak Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak H. Roni Marsiana Suhendi, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Industri kuliner merupakan salah satu sektor jasa yang mengalami pertumbuhan signifikan karena makanan adalah kebutuhan dasar manusia yang harus terpenuhi. Pergeseran gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis dan tuntutan pekerjaan yang tinggi membuat banyak orang beralih pada makanan cepat saji, sehingga jumlah restoran cepat saji di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat menarik minat dan memengaruhi keputusan pembelian calon konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* dan *product quality* terhadap keputusan pembelian pada Gabahe Chicken Express Sindangbarang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis datanya yaitu analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi, uji hipotesis (uji t), analisis koefisien korelasi berganda, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji f). Dari hasil penelitian, berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi, menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,542. Dengan besarnya pengaruh 29,3% dan sisanya 70,7% dipengaruhi faktor lain. Hasil penelitian juga menunjukkan *product quality* terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,571. Dengan besarnya pengaruh 32,6% dan sisanya 67,4% dipengaruhi faktor lain. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa berdasarkan analisis koefisien korelasi berganda didapat nilai korelasi sebesar 0,676. Dengan besarnya pengaruh 45,70% dan sisanya 54,30% dipengaruhi faktor lain. Diharapkan Gabahe Chicken Express Sindangbarang dapat meningkatkan *electronic word of mouth* dan *product quality* sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth*, *Product Quality*, Keputusan Pembelian