

ABSTRACT

Nabilla Hascika Putri Noch (2021) EFFECT OF PRODUCT QUALITY ON ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON INSTAGRAM AND THEIR IMPACT ON PURCHASE DECISIONS AT ZHAFIRA STORE TERNATE

This study aims to determine the effect of product quality on purchasing decisions through electronic word of mouth at Zhafira Store Ternate.

This type of research uses a quantitative approach. The population in this study were followers of the Zhafira Store Instagram account with 10,800 followers. The sample used for respondents in this study amounted to 99 people. The data in this study are primary data sourced from questionnaires distributed directly to followers of the Zhafira Store Instagram account, and using SPSS 16 program tools.

The results of this study indicate that product quality has a positive and significant effect on electronic word of mouth, electronic word of mouth has a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions and product quality has a positive and significant effect on decisions through electronic word of mouth.

Keywords: Product quality, electronic word of mouth, purchasing decisions

ABSTRAK

Nabilla Hascika Putri Noch (2021) PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DI INSTAGRAM SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ZHAFIRA STORE TERNATE

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui *electronic word of mouth* pada Zhafira Store Ternate.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut dari akun instagram Zhafira Store sebanyak 10.800 pengikut. Sampel yang digunakan untuk responden dalam penelitian ini berjumlah 99 orang

Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang bersumber dari kuisisioner yang disebarakan langsung kepada pengikut akun Instagram Zhafira Store, dan menggunakan alat bantu program SPSS 16.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *electronic word of mouth*, *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan melalui *electronic word of mouth*

Kata Kunci: Kualitas produk, *electronic word of mouth*, keputusan pembelian