

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk AAP3 di kota Ternate.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang pernah membeli juga memakai produk AAP3 dan dengan menggunakan rumus Hair *et al* (2010) indikator dikali 5 sehingga 19 dikalikan 5 yaitu 95 responden.

Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari kuisioner yang telah diisi oleh responden penelitian, dan menggunakan alat bantu program SPSS 23.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; 2) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; 3) *Electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; 4) Kualitas produk, harga dan *electronic word of mouth* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product quality, price and electronic word of mouth on purchasing decisions for AAP3 products in the city of Ternate.

This type of research uses a quantitative approach. The population in this study are people who have purchased and used AAP3 products and using the Hair et al (2010) formula, the indicator is multiplied by 5 so that 19 times 5 is 95 respondents.

The data in this research is primary data obtained directly from questionnaires filled out by research respondents, and using SPSS 23 program tools.

The results of this research show that: 1) Product quality has a significant effect on purchasing decisions; 2) Price has a significant effect on purchasing decisions; 3) Electronic word of mouth has a significant influence on purchasing decisions; 4) Product quality, price and electronic word of mouth together have a significant influence on purchasing decisions.

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