

ABSTRAK

Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

(Pada Pengguna Produk Glad 2 Glow Di Shopee)

Elia Cahyani ¹⁾ Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA. ²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna produk Glad 2 Glow di Shopee wilayah Jakarta Barat. Metode survei yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei pengumpulan data dengan cara memberikan kuesioner kepada responden. Dua variabel yang diteliti. Variabel tersebut adalah variabel *independen* (*E-WOM*, Harga, dan Citra Merek), dan variabel *dependen* (Keputusan Pembelian). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-WOM*, Harga, dan Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini membantu Perusahaan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam proses ini.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian