

ABSTRAK

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Brand Image dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Terhadap Pembelian secara Online di Organicbox)

Annisa Allin Syabani¹⁾, Yusuf Iskandar, S.Si., M.M..²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, *Brand Image* dan *E-WOM* terhadap keputusan pembelian. Pelanggan pada toko Organocbox dijadikan sampel dalam penelitian ini dengan kriteria pelanggan pria dan wanita yang pernah membeli produk di Organicbox lebih dari dua kali, sebanyak 140 pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda yang diolah dengan bantuan *software* IBM SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan *E-WOM* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang. Sedangkan *Brand Image* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, *E-WOM*