

ABSTRAK

E-commerce merupakan kegiatan bisnis yang dijalankan secara elektronik melalui suatu jaringan internet atau kegiatan jual beli barang atau jasa melalui jalur komunikasi digital. Penjualan *e-commerce* Tokopedia didominasi oleh penjualan ritel seperti *fashion, consumer goods*, maupun produk-produk kecantikan dan kesehatan. *Purchase desicion* merupakan tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen akan benar-benar membeli. Faktor-faktor yang mempengaruhi *purchase desicion* yaitu *brand ambassador, website quality*, dan E-WOM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador, website quality*, dan E-WOM terhadap *purchase desicion* mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung Sebagai Pengguna Tokopedia. Analisis penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu *band ambassador, website quality*, dan E-WOM. Variabel dependennya adalah *purchase desicion* pada *e-commerce* Tokopedia. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung yang menggunakan dan pernah berbelanja pada *e-commerce* Tokopedia Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara metode *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang disebarakan langsung ke mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung yang pernah berbelanja dengan *e-commerce* Tokopedia dengan jumlah sampel sebanyak 100 mahasiswa. Metode statistik menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan pengujian hipotesis uji statistik t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *Brand ambassador* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *purchase desicion* mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung pada *e-commerce* Tokopedia. *Website quality* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *purchase desicion* mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung pada *e-commerce* Tokopedia. E-WOM berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *purchase desicion* mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung pada *e-commerce* Tokopedia. *Brand ambassador, Website Quality*, dan E-WOM secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan signifikan terhadap *purchase desicion* mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung pada *e-commerce* Tokopedia.

Kata Kunci: *Brand Ambassador, E-WOM, Purchase Desicion, dan Website Quality.*

ABSTRACT

E-commerce is a business activity carried out electronically via an internet network or the activity of buying and selling goods or services via digital communication channels. Tokopedia's e-commerce sales are dominated by retail sales such as fashion, consumer goods, and beauty and health products. Purchase decision is a stage in the buyer's decision-making process where consumers will actually buy. Factors that influence purchase decision are brand ambassador, website quality, and E-WOM.

This research aims to determine the influence of brand ambassadors, website quality, and E-WOM on the purchase decisions of FEBI UIN SATU Tulungagung students on Tokopedia e-commerce. This research analysis uses independent variables, namely brand ambassador, website quality, and E-WOM. The dependent variable is purchase decision on Tokopedia e-commerce. The sample for this research was FEBI UIN SATU Tulungagung students who used and had shopped at Tokopedia e-commerce. The sampling technique was carried out using the accidental sampling method. Data collection was carried out using a questionnaire distributed directly to FEBI UIN SATU Tulungagung students who had shopped with Tokopedia e-commerce with a sample size of 100 students. The statistical method uses multiple linear regression analysis, with statistical t test hypothesis testing.

The results of this research show that: Brand ambassadors have a negative and significant effect on the purchase decisions of FEBI UIN SATU Tulungagung students on Tokopedia e-commerce. Website quality has a negative and significant effect on the purchase decisions of FEBI UIN SATU Tulungagung students on Tokopedia e-commerce. E-WOM has a negative and significant effect on the purchase decisions of FEBI UIN SATU Tulungagung students on Tokopedia e-commerce. Brand ambassador, Website Quality, and E-WOM together have a significant influence on the purchase decisions of FEBI UIN SATU Tulungagung students on Tokopedia e-commerce.

Keywords: Brand Ambassador, E-WOM, Purchase Desire, and Website Quality.