

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UMKM Beesabuy” yang ditulis oleh Anggita Karunia Wati, NIM. 126405202120, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing Galih Pradananta, M.Si.

Semakin meningkatnya UMKM yang ada di Indonesia menyebabkan terjadinya persaingan bisnis yang ketat sehingga para pemilik usaha harus merencanakan strategi yang dapat mendorong konsumen untuk membeli makanan atau produk yang ditawarkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Beesabuy.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *insidental sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 68 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Beesabuy. Sedangkan secara parsial variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Beesabuy.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth*, , Kualitas, Pelayanan, Produk

ABSTRACT

Thesis by the title "The Influence of Product Quality, Service Quality and Electronic Word of Mouth on Consumer Purchasing Decisions at Beesabuy MSMEs" written by Anggita Karunia Wati, NIM. 126405202120, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Business Management, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung. Supervisor Galih Pradananta, M.Si.

This research is motivated by the increasing number of MSMEs in Indonesia the large number of MSMEs that exist causes intense business competition, so business owners must plan strategies that can encourage consumers to buy the food or products offered. The aim of this research is to determine the influence of independent variables partially or simultaneously on consumer purchasing decisions at Beesabuy MSMEs.

The method used in this research is quantitative with an associative type of research. The sampling technique used was incidental sampling technique. The number of samples used was 68 respondents. The data analysis method used in this research is multiple linear regression analysis.

The research results show that simultaneously the variables product quality, service quality and electronic word of mouth have a positive and significant effect on purchasing decisions at Beesabuy MSMEs. Meanwhile, partially the variables product quality, service quality and electronic word of mouth have a positive and significant effect on purchasing decisions at Beesabuy MSMEs.

Keywords: *Electronic Word of Mouth, Product, Quality, and Service*