

ABSTRAK

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM MIXUE DI BANDARLAMPUNG

Oleh:

Alfitta Gisty

Keputusan pembelian merupakan suatu keadaan dimana seorang konsumen melalui proses penentuan ketika akan membeli sebuah produk atau memakai jasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan cita rasa terhadap keputusan pembelian es krim Mixue di Bandarlampung. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 konsumen yang pernah melakukan pembelian es krim Mixue. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa variabel *electronic word of mouth*, dan cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci – *Electronic Word of Mouth*, Cita Rasa, Keputusan Pembelian.

