

ABSTRAK

Saat ini kemudahan teknologi membuat keuntungan untuk konsumen pada sisi kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi. Salah satunya yaitu adanya layanan pesan-antar makanan secara online. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image, E-WOM dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Shopee Food di Surabaya yang jumlahnya sangat besar dan tidak terbatas (infinite) maka setelah digunakan rumus Lemeshow ditemukan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausal komparatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa brand image, E-WOM dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee Food di Surabaya. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel brand image, E-WOM dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 49,3% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya 50,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

Kata Kunci brand image, E-WOM dan kualitas pelayanan, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Currently, the ease of technology makes benefits for consumers in terms of ease and speed in conducting transactions. One of them is the online food delivery service. This research aimed to find out the effect of brand image, E-WOM, and service quality on the purchasing decision.

The research population used Shopee food consumers in Surabaya with a large number and unlimited (infinite) with the use of Lemeshow formula it obtained 100 respondents as research samples. This research was comparative causal. Furthermore, the research data source used primary data. Meanwhile, the research analysis technique used multiple linear regressions analysis.

The research result showed that brand image, E-WOM, and service quality had a positive and significant effect on the purchasing decision for the users of Shopee food in Surabaya. Moreover, the coefficient determination result indicated that the variables of brand image, E-WOM, and service quality had a 49.3% contribution to the purchasing decision, while the rest was 50.7% affected by other variables outside the research model.

Keywords: Brand Image, E-WOM, Service



I certify that this translation is true and accurate. Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day-----

9/9/22

M. Faisal, S.Pd., M.Pd

STIESIA Language Center
Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia