

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, e-WOM, terhadap keputusan pembelian melalui citra merek terhadap Gen Z di wilayah Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian *Hand and Body Lotion Marina* minimal 1-2 kali transaksi.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu mereka yang pernah melakukan transaksi pembelian *Hand and Body Lotion Marina*. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuisioner dengan menggunakan google form yang disebarakan secara online oleh peneliti. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square (PLS)* melalui *software SmartPLS* versi 3.0.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, e-WOM berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, e-WOM berpengaruh positif tidak signifikan terhadap citra merek. Selanjutnya Kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian melalui citra merek, dan e-WOM berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian melalui citra merek.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, *E-WOM*, Keputusan Pembelian, Citra Merek

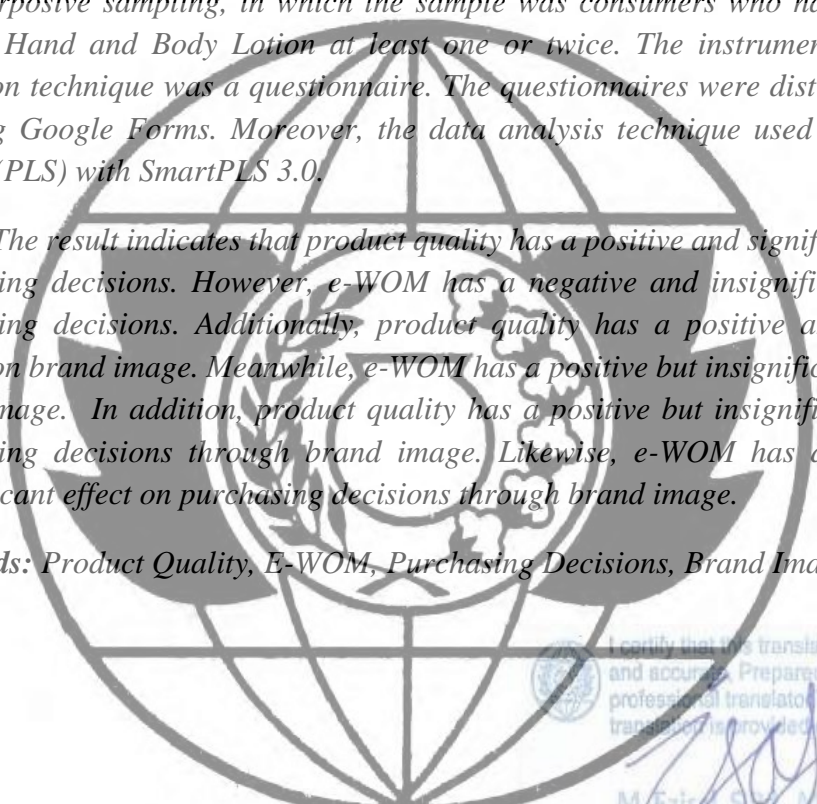
## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the effect of product quality and e-WOM on purchasing decisions through brand image on Z-Generation in Surabaya. The population consists of consumers who have purchased Marina Hand and Body Lotion at least one or twice.*

*The research applies quantitatively. Furthermore, the data collection technique used purposive sampling, in which the sample was consumers who have purchased Marina Hand and Body Lotion at least one or twice. The instrument in the data collection technique was a questionnaire. The questionnaires were distributed online by using Google Forms. Moreover, the data analysis technique used Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 3.0.*

*The result indicates that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. However, e-WOM has a negative and insignificant effect on purchasing decisions. Additionally, product quality has a positive and significant impact on brand image. Meanwhile, e-WOM has a positive but insignificant impact on brand image. In addition, product quality has a positive but insignificant effect on purchasing decisions through brand image. Likewise, e-WOM has a positive but insignificant effect on purchasing decisions through brand image.*

**Keywords:** *Product Quality, E-WOM, Purchasing Decisions, Brand Image.*



I certify that this translation is true and accurate. Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day 26/2/25

M. Faisol, S.Pd., M.Pd.  
STIESIA Language Center  
Menur Pumpungan 00 Surabaya 60118, Indonesia