

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, ELECTRONIC SERVICE
QUALITY, DAN PRICE TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA
ONLINE MARKETPLACE SHOPEE**

(Survei pada Pengguna Shopee di Sleman)

Rizka Primadiana

NIM. 141160137

Email: rizkaprimadiana@gmail.com

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *electronic word of mouth*, *electronic service quality*, dan *price* terhadap *purchase intention*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengolahan dan analisis data menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebagian pengguna Shopee di Sleman yang mempunyai akun *online marketplace* Shopee. Jumlah responden sebanyak 130 responden dan data untuk diuji yaitu 110 responden. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Berganda. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *electronic service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, serta *electronic word of mouth*, *electronic service quality*, dan *price* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci: *Electronic word of mouth*, *Electronic service quality*, *Price*, *Purchase intention*.