

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN *ETHNIC FASHION* “YOUR.NUDS”**

RADEN RORO ADHIFA MAHESWARI KUMORODJATI
NIM. 141190248

**Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Yogyakarta
141190248@student.upnyk.ac.id**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas produk, inovasi produk, dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen *ethnic fashion* Your.Nuds. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan metode survei dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang merupakan konsumen *ethnic fashion* Your.Nuds. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah konsumen perempuan yang berusia minimal 17 tahun dan sudah pernah melakukan transaksi pembelian produk Your.Nuds. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 2) Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 3) *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Kata kunci: kualitas produk, inovasi produk, *electronic word of mouth*, keputusan pembelian, *ethnic fashion*.