

**PENGARUH KUALITAS KONTEN DAN *e-WOM (Electronic Word of Mouth)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
(Survei Pada Konsumen Kafe “*Treat Local Dessert*”)**

Sri Rahayu  
NIM. 141200085  
[141200085@student.upnyk.ac.id](mailto:141200085@student.upnyk.ac.id)

Mahasiswa Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Pembangunan Nasional “Veteran Yogyakarta

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Konten dan *e-WOM (Electronic Word of Mouth)* terhadap keputusan Pembelian. Teknik sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling yaitu purposive sampling. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuisioner terhadap 145 responden yang memenuhi kriteria. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan Analisis Regresi Berganda dengan menggunakan IBM SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :1) Kualitas Konten dan *e-WOM (Electronic Word of Mouth)* secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Pembelian, 2) Kualitas Konten berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 3) *e-WOM (Electronic Word of Mouth)* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : *e-WOM (Electronic Word of Mouth)*, Keputusan Pembelian, Kualitas Konten

**ABSTRACT**

*This research aims to determine the effect of Content Quality and e-WOM (Electronic Word of Mouth) on Purchasing decisions. The sample technique used is non probability sampling, namely purposive sampling. Data collection in this study used a questionnaire method for 145 respondents who met the criteria. The data analysis technique in this research was carried out by Multiple Regression Analysis using IBM SPSS. The results of this study indicate that: 1) Content Quality and EWOM together have a significant positive effect on Purchasing Decisions, 2) Content Quality has a significant positive effect on Purchasing Decisions, 3) e-WOM (Electronic Word of Mouth) has a significant positive effect on Purchasing Decisions.*

*Keywords: e-WOM (Electronic Word of Mouth), Purchase Decision, Content Quality*

