

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN KOMUNIKASI DARI MULUT KE MULUT SECARA ELEKTRONIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA KONVEKSI GORDEN BANDUNG DI LAZADA

Oleh:

Putri Nur Ramadanthi

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh harga dan komunikasi dari mulut ke mulut secara elektronik secara simultan atau parsial terhadap keputusan pembelian *online* pada Konveksi Gorden Bandung di Lazada.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, adapun sumber data yang digunakan adalah data pelanggan Konveksi Gorden Bandung di Lazada yang diambil dari *database* Konveksi Gorden Bandung di Lazada dan pengumpulan data dari hasil penyebaran kuesioner kepada pelanggan Konveksi Gorden Bandung di Lazada. Data dianalisis dengan menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi (Kd), dan Pengujian Hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Konveksi Gorden Bandung di Lazada periode Agustus 2021 – Oktober 2021. Perhitungan sampel menggunakan *Sample Random Sampling* dengan rumus *Slovin*.

Hasil penelitian menunjukkan secara simultan, harga dan komunikasi dari mulut ke mulut secara elektronik berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online*. Secara parsial harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online* sedangkan komunikasi dari mulut ke mulut secara elektronik berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online*. Hal ini didukung oleh hasil dari beberapa pengujian yang telah dilakukan.

Kata kunci : Harga, Komunikasi dari Mulut ke Mulut secara Elektronik dan Keputusan Pembelian Online.