

## ABSTRAK

Seiring maraknya usaha dagang yang berada di kota-kota besar dan perkembangan teknologi dan informasi, *electronic word of mouth* menjadi cara yang saat ini sedang diminati oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk mereka. *Celebrity endorser* dan kualitas produk yang baik akan menarik konsumen dalam menentukan keputusan pembelian sebuah produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth*, *celebrity endorser* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di UD. Mak Enak, penelitian ini merupakan penelitian *explanatory* yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal pada variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 80 responden konsumen UD. Mak Enak. Uji hipotesis dilakukan menggunakan uji t dan uji f. Analisis data menggunakan Analisis Linear Berganda dengan dibantu oleh software SPSS 25 untuk memudahkan penelitian. Berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan bahwa *electronic word of mouth*, *celebrity endorser* dan kualitas produk dalam penelitian ini mempengaruhi keputusan pembelian secara simultan terhadap di UD. Mak Enak. *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di UD. Mak Enak. *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di UD. Mak Enak. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di UD. Mak Enak.

**Kata kunci:** *Electronic word mouth*, *celebrity endorser*, kualitas produk, keputusan pembelian.

## **ABSTRACK**

*Along with the rise of trading businesses in big cities and the development of technology and information, electronic word of mouth is a way that is currently in demand by companies to introduce their products. Celebrity endorsers and good product quality will attract consumers in determining purchasing decisions for a product. The purpose of this study was to determine the effect of electronic word of mouth, celebrity endorsers and product quality on purchasing decisions at UD. Mak Enak, this research is an explanatory study that aims to explain the causal relationship between variables through hypothesis testing. This study used a sample of 80 consumer respondents UD. Mak Enak. Hypothesis testing is done using the t test and f test. Data analysis using Multiple Linear Analysis with the help of SPSS 25 software to facilitate research. Based on the results of hypothesis testing, it is found that electronic word of mouth, celebrity endorsers and product quality in this study simultaneously influence purchasing decisions at UD. Mak Enak. electronic word of mouth has a positive and significant effect on purchasing decisions at UD. Mak Enak. Celebrity endorsers have a positive and significant effect on purchasing decisions at UD. Mak Enak. Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions at UD. Mak Enak.*

**Keywords:** *Electronic word of mouth, celebrity endorser, product quality, purchasing decisions.*