

## ABSTRAK

Pada era modern saat ini dunia bisnis semakin berkembang dengan sangat cepat dan persaingan bisnis semakin ketat. Sehingga menyebabkan para pelaku bisnis harus bekerja secara optimal agar bisa bertahan. Pada dasarnya keputusan pembelian berkaitan dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian dan pengevaluasian produk. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli. *Marketing mix* adalah salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk, mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk. *Electronic Word of Mouth* adalah jenis komunikasi dalam internet yang secara tidak langsung bertatap muka. Dalam upaya menumbuhkan kesejahteraan masyarakat, Pemerintah Indonesia melalui Badan Pembangunan Desa membentuk suatu badan keuangan yaitu Badan Usaha Milik Desa. Salah satu BUMDes yang didirikan dengan tujuan bisa memanfaatkan aset dan potensi desa untuk membentuk kesejahteraan warga adalah BUMDes Amarta. BUMDes Amarta berdiri pada bulan Oktober (2020) yang mempunyai harapan bisa memanfaatkan aset dan potensi desa untuk mementuk kesejahteraan warga di Semboro. Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada usaha batik tulis di BUMDes Amarta. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan saampelmenggunakan teknik *accidental sampling* sebanyak 105 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *marketing mix* dan *electronic word of mouth* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci : *Marketing Mix, Electronic Word Of Mouth, Dan Keputusan Pembelian***

## **ABSTRACT**

*In this modern era, the business world is developing very quickly and business competition is getting tighter. This causes business people to have to work optimally in order to survive. Basically purchasing decisions are related to consumer behavior. Consumer behavior is a process that is closely related to a purchasing process, at which time consumers carry out activities such as searching researching and evaluating products. The purchasing decision is the stage in the purchasing decision making process where consumers actually buy. Marketing mix is a marketing strategy to convey information widely, introduce a product, influence consumers to buy a product. Electronic word of mouth is a type of communication on the internet that is indirectly face to face. In an effort to foster community welfare, the Indonesian Government through the Village Development Agency formed a financial agency, namely the Village-Owned Enterprise. One of the BUMDes that was established with the aim of utilizing village assets and potential to shape the welfare of residents is BUUMDes Amarnya. BUMDes Amarnya was founded in October (2020) with the hope of being able to utilize village assets and potential to shape the welfare of residents in Semboro. The aim of this research is to determine the influence of marketing mix and electronic word of mouth on purchasing decisions in hand-written batik businesses in BUMDes Amarnya. This research uses quantitative descriptive methods. The sample collection technique used an accidental sampling technique of 105 respondents. The research results show that the marketing mix and electronic word of mouth simultaneously influence purchasing decisions.*

**Keywords: Marketing Mix, Electronic Word Of Mouth, and Purchasing Decisions**