

ANALISIS PENGARUH E-SERVQUAL, CELEBGRAM ENDORSEMENT DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK

(Studi Kasus Pada Online Shop @Ingehutayashop)

Oleh

Liza Pusphita Debby

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh E-servqual, Celebgram *Endorsement*, dan e-WOM terhadap Keputusan pembelian produk pada *online shop* @Ingehutayashop. Jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Teknik sampel menggunakan non probability sampling dengan pendekatan purposive sampling sebanyak 80 responden. Alat analisis regresi linier berganda. e-SERVQUAL, Celebgram *Endorsement*, dan e-WOM berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *online shop* @Ingehutayashop sebesar 70%. Pengujian Hipotesis untuk e-SERVQUAL sebesar 0,014 sehingga hipotesis diterima. Celebgram *Endorsement* memiliki pengaruh signifikan sebesar 0,023 sehingga hipotesis diterima. Dan e-WOM memiliki signifikan sebesar 0,000 sehingga hipotesis diterima. Variabel e-SERVQUAL memiliki t hitung sebesar 2,520. Variabel Celebgram *Endorsement* sebesar 2,315, sedangkan variabel e-WOM sebesar 4,722. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel e-SERVQUAL, Celebgram *Endorsement*, dan e-WOM berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian @Ingehutayashop.

Kata kunci : e-SERVQUAL, Celebgram *Endorsement*, e-WOM, Keputusan pembelian.

**ANALYSIS OF EFFECT OF E-SERVQUAL, CELEBGRAM ENDORSMENT
AND E-WOM ON PRODUCT PURCHASE DECISION
(Case Study On Online Shop @ Ingehutayashop)**

By

Liza Pusphita Debby

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of E-servqual, Celebgram Endorsement, and e-WOM on the decision to purchase products on the online shop @ Ingehutayashop. Type of quantitative research using survey method. The sample technique used non probability sampling with purposive sampling approach 80 respondents. Multiple linear regression analysis tool. e-SERVQUAL, Celebgram Endorsement, and e-WOM have a significant effect on purchase decision at online @ Ingehutayashop online store by 70%. Hypothesis testing for e-SERVQUAL of 0.014 so that hypothesis accepted. Celebgram Endorsement has a significant influence of 0.023 so the hypothesis is accepted. And e-WOM has a significant of 0,000 so the hypothesis is accepted. The e-SERVQUAL variable has t count of 2,520. Celebgram Endorsement variable is 2,315, while e-WOM variable is 4,722. It can be concluded that e-SERVQUAL, Celebgram Endorsement, and e-WOM variables significantly influence the purchase decisions @Ingehutayashop.

Keywords: *e-SERVQUAL, Celebgram Endorsement, e-WOM, Purchase Decision.*