

Judul Penelitian : Pengaruh Citra Merek, Electronic Word of Mouth (e-WOM), Influencer Marketing, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Krim Joyday pada Konsumen di Kediri

Dosen Pembimbing : Brahma Wahyu
Kurniawan. S.E.,M.PD

Agung Pambudi
Mahaputra, S.E., M.M

Nama Mahasiswa : Samsul Huda

NPM : 24130210255S

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Electronic Word of Mouth (e-WOM), Influencer Marketing, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk es krim Joyday pada konsumen di Kediri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk es krim Joyday di wilayah Kediri. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 150 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 29.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Electronic Word of Mouth (e-WOM) dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk es krim Joyday. Sementara itu, variabel Citra Merek dan Influencer Marketing tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan, Citra Merek, Electronic Word of Mouth (e-WOM), Influencer Marketing, dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk es krim

Joyday pada konsumen di Kediri. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa informasi yang diperoleh melalui media digital serta kesesuaian harga menjadi faktor yang lebih dipertimbangkan konsumen dibandingkan persepsi terhadap merek maupun aktivitas influencer dalam menentukan keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif serta menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang mengkaji keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: Citra Merek, Electronic Word of Mouth (e-WOM), Influencer Marketing, Harga, Keputusan Pembelian.