

**Judul Penelitian : Pengaruh *Electronic word of mouth* (E-WOM) Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nasha Outfit Kota Kediri**

Dosen Pembimbing I : Ahmad Jauhari, S.Sos., M.M  
Dosen Pembimbing II : Rafikhein Novia A, S.E., M.M  
Nama Mahasiswa : Aviva Revitria  
NPM : 19130210516

**ABSTRAKSI**

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah mengenai masalah manajemen pemasaran yang berfokus pada strategi *electronic word of mouth* dan potongan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Tujuan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variable secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di Nasha *Outfit* dengan sampel sebanyak 75 responden. Pengumpulan data menggunakan instrument kuisisioner dan teknik analisis data melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis penelitian. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh temuan hasil koefisien determinasi sebesar 0,577 atau (57,7%). Hal ini menunjukkan bahwa besar *Electronic Word Of Mouth* ( $X_1$ ), dan potongan harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian(Y) sebesar 57,7%. Sedangkan sisanya sebesar 42,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : *Electronic word of mouth*, Potongan Harga, Keputusan Pembelian**