

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) DAN MEDIA SOSIAL  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA HIJAB WESTORE)**

ABSTRAK

Oleh:

**Dewi Herlyanty**

Dosen Pembimbing:

**Dr. Indra Kurniawan, MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Hijab Westore. Penelitian ini menggunakan metode penelitian eksplanatory survey dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan hijab Westore sebanyak 100 responden.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan probability sampling yaitu simple random sampling. Analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda dan pengujian hipotesis serta koefisien determinasi dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* dan Media Sosial berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata kunci : *Electronic Word of Mouth*, Media Sosial, Keputusan Pembelian.**

***THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) AND SOCIAL  
MEDIA ON PURCHASE DECISIONS  
(STUDY ON HIJAB WESTORE)***

***ABSTRACT***

***By:***

***Dewi Herlyanty***

***Supervisor Lecturer :***

***Dr. Indra Kurniawan, MM***

*This study aims to determine and explain the influence of Electronic Word of Mouth and Social Media on Purchase Decisions at the Hijab Westore Study. This study uses an explanatory survey research method using a quantitative approach. The population in this study were 100 respondents of Westore hijab customers.*

*The sampling technique in this study used probability sampling, namely simple random sampling. Data analysis using multiple linear regression and hypothesis testing and the coefficient of determination with the help of SPSS. The results of this study indicate that Electronic Word of Mouth and Social Media have a positive effect on purchasing decisions.*

***Keywords: Electronic Word of Mouth, Social Media, Purchase Decision.***