

*Analysis of Factors Influencing Purchase Decisions on "Somethinc" Products*

**By Mardah Pristy Andriyani Iskandar**

***Abstract***

*This research is a quantitative study using primary data sources and the authors use descriptive and inferential analysis techniques and SmartPLS (Partial Least Square) as a tool used in this study. The purpose of this study is to show whether the purchasing decision variables are influenced by the variables of product quality, brand image, and electronic word of mouth for SomeThinc products. And the object of this research is 18 year old women who uses Somethinc products. The sample of data sources in this study was obtained by distributing it to 100 female respondents and the authors chose accidental sampling as the sampling technique used in this study. The results of data processing can be seen that: (1) purchasing decisions can be influenced by product quality (2) purchasing decisions can also be influenced by brand image (3) purchasing decisions can also be influenced by electronic word of mouth.*

**Keywords :** *Brand Image, Electronic Word of Mouth, Product Quality, Purchasing Decisions, Somethinc.*

# **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Somethinc**

**By Mardah Pristy Andriyani Iskandar**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer dan penulis menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial serta *SmartPLS (Partial Least Square)* sebagai alat bantu yang digunakan dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan apakah variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, citra merek, dan electronic word of mouth untuk produk Somethinc. Dan Obyek penelitian ini adalah wanita berusia 18 tahun yang menggunakan produk Somethinc. Sampel sumber data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kepada 100 responden wanita dan penulis memilih *accidental sampling* sebagai teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa: (1) keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh kualitas produk (2) keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh citra merek (3) keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh elektronik dari mulut ke mulut.

**Kata Kunci :** Citra merek, *Electronic Word of Mouth*, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Somethinc.