

## **Pengaruh Social Media Marketing Dan EWOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Yaspis Body Wash**

### **ABSTRAK**

Yaspis body wash merupakan salah satu bisnis start-up yang berdiri sejak 2018 yang bergerak bidang kecantikan yaitu sabun mandi yang dijual dengan cara bundling dan juga sebelumnya dijual secara direct selling tetapi sekarang dijual secara online yaitu dengan menggunakan sosial media instagram. Penelitian ini bertujuan Untuk menguji pengaruh social media marketing dan EWOM terhadap keputusan pembelian yaitu produk yaspis body wash, perusahaan atau bisnis ini harus memiliki keunggulan sehingga dapat menarik keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh social media marketing dan EWOM terhadap keputusan pembelian produk yaspis body wash. Untuk mengumpulkan data penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar kepada 92 responden yang mayoritas berusia 21-60 tahun, metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposif sampling, dan menggunakan teknik sampling nonprobability sampling.

Uji regresi berganda dan uji t yang dilakukan menghasilkan perhitungan yang menyatakan bahwa variabel social media marketing dan EWOM terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil jika variabel social media marketing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk yaspis body wash, sedangkan variabel EWOM tidak memiliki pengaruh positif dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk yaspis body wash. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi agar lebih memperbaiki lagi promosi lewat sosial media agar EWOM juga dapat mendukung keputusan pembelian produk yaspis body wash. Penelitian ini merupakan penelitian pertama yang dilakukan untuk melihat pengaruh social media marketing dan EWOM terhadap keputusan pembelian produk yaspis body wash.

**Kata kunci:** pengaruh, social media marketing, EWOM, keputusan pembelian

## **The Influence of Social Media Marketing and EWOM on Purchase Decision of Yaspis Body Wash Product**

### **ABSTRAK**

Yaspis body wash is one of start-up business that has been established since 2018 which runs in beauty sector, that is, bath soap which is sold by bundling way and also previously sold directly by direct selling but now is sold online, that is, by using instagram social media. The purpose of this research is to test the influence of social media marketing and EWOM on purchase decision, that is, Yaspis body wash product, this company or this business must have competitive advantage so that can attract consumers' purchase decision. This research is done to find out the influence of social media marketing and EWOM on purchase decision of Yaspis body wash product. To collect data of this research uses questionnaires that are distributed to 92 respondents in which majority age is from 21 to 60 years old, the research method that is used is quantitative, the sampling method that is used in this research is purposive sampling and uses non-probability sampling technique.

Multiple regression test and t test that are done result calculation states that social media marketing and EWOM variables on purchase decision based on analysis result that is obtained result if social media marketing variable have positive and significant influence on purchase decision of Yaspis body wash product, while EWOM variable does not have positive influence and does not influence significantly on purchase decision of Yaspis body wash product. The result of this research can provide information in order more social media so that EWOM can also support purchase decision of Yaspis body wash product. This research is the first research that is done to see the influence of social media marketing and EWOM on purchase decision of Yaspis body wash product.

Keywords: influence, social media marketing, EWOM, purchase decision