

## ABSTRAK

**Ahmad Luthfi Abdillah Aziz (1209240011) : “PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI ELECTRONIC WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Amanda Brownies dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Bandung angkatan 2020)”.**

Persaingan bisnis di industri kuliner, khususnya dalam kategori brownies bermerek, semakin ketat dengan banyaknya merek yang terus berinovasi. Amanda Brownies, sebagai salah satu pemimpin pasar di Indonesia, menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas konsumennya, terutama di kalangan mahasiswa yang cenderung terpengaruh oleh kualitas produk dan rekomendasi digital melalui *Electronic Word of Mouth* (E-WOM).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui *electronic word of mouth* (e-WOM) sebagai variabel intervening pada konsumen Amanda Brownies, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2020.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 90 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis dengan menggunakan analisis statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, serta uji hipotesis dengan analisis regresi dan uji Sobel menggunakan program SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi  $<0,001$  dan koefisien regresi sebesar 0,310. Selain itu, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap e-WOM, dengan nilai signifikansi  $<0,001$  dan koefisien regresi sebesar 0,520. E-WOM juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi  $<0,001$  dan koefisien regresi sebesar 0,276. Namun, e-WOM tidak memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan hasil uji Sobel sebesar 0,632 yang berada di bawah nilai kritis 1,96, dan nilai signifikansi sebesar 0,526 ( $>0,05$ ).

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, *Electronic Word Of Mouth*, Amanda Brownies.**