

ABSTRAK

Azzahra Prameisya Divaliani (1209240047): “PENGARUH DESAIN PRODUK, PROMOSI, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CAMILLE BEAUTY PADA SISWA SMKN 1 BANDUNG.”

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh secara parsial maupun simultan desain produk, promosi, dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk Camille Beauty pada siswa SMKN 1 Bandung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif, dengan pengumpulan data yang diperoleh dari survei (kuesioner), wawancara, dan studi kepustakaan. Populasi pada penelitian ini ialah 1.159 siswa di SMKN 1 Bandung. Dengan teknik *probability sampling* diperoleh sampel sejumlah 90 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} 13,558 \geq$ nilai $t_{tabel} 1,662$ dan signifikansi $0,000 \leq 0,05$. Secara parsial promosi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} 1,786 \geq t_{tabel} 1,662$ dan signifikansi $0,078 \geq 0,05$. Selain itu *electronic word of mouth* memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} -2,485 \geq t_{tabel} 1,622$ dan signifikansi $0,015 \leq 0,05$. Terakhir, secara simultan, desain produk, promosi, dan *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $F_{hitung} 132,108 \geq F_{tabel} 2,71$ dan nilai signifikansi $0,001 \leq 0,05$ dengan tingkat determinasi sebesar 82,2%.

Kata kunci: Desain Produk, Promosi, *Electronic Word of Mouth*, dan Keputusan Pembelian.