

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Promosi, *E – Word Of Mouth*, Kualitas Produk, Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet by Najla (Studi Kasus di Wilayah KotaTangerang)

Nama : Lulu Khalda Nur Fadilah

Program Studi : S-1 Manajemen

Pembimbing : Dr. Drs. Dihin Septyanto, ME

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi, *E – Word Of Mouth*, Kualitas Produk, Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet by Najla (Studi Kasus di Wilayah Kota Tangerang). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli Bittersweet by Najla dan berada di Kota Tangerang. Metode pengambilannya melalui teknik non-probability sampling diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Alat statistik yang digunakan adalah Analisis regresi linear berganda. Pengolahan data menggunakan software SPSS statistic 25.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi, *E – Word Of Mouth*, dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada Bittersweet by Najla. *E – Word Of Mouth*, Kualitas Produk berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan Promosi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Untuk meningkatkan Keputusan Pembelian pada Bittersweet by Najla, harus lebih memperhatikan apa saja yang diinginkan oleh konsumen sehingga konsumen akan lebih tertarik untuk membeli.

Kata Kunci : **Promosi, *E – Word Of Mouth*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.**