

ABSTRAK

Uswatun Khasanah, 2020310106, Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Sosis Indomaret Yummy Choice.

Sosis Indomaret Yummy Choice mendadak viral dan di buru oleh masyarakat, padahal sosis tersebut sudah ada sejak dulu. Banyaknya *influencer* yang membuat video *review* sosis indomaret, masyarakat berbondong-bondong menuju gerai indomaret untuk membelinya. Viralnya sosis indomaret menyebabkan gerai indomaret kehabisan stok sosis dan langka. Sehingga membuat calon konsumen kecewa, yang menyebabkan minat akan sosis indomaret perlahan menurun. Fenomena tersebut dapat mempengaruhi penjualan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *electronic word of mouth*, kualitas produk dan harga terhadap minat beli sosis indomaret Yummy Choice.

Populasi penelitian yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) angkatan 2020. Teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling (simple random sampling)* dengan sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 85 responden yang sudah mengetahui tentang sosis indomaret Yummy Choice, tetapi belum pernah membelinya. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis menggunakan SPSS 21. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli sosis indomaret Yummy Choice. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli sosis indomaret Yummy Choice.

Kata Kunci: Minat Beli, EWOM, Kualitas Produk, Harga.