

ABSTRAK

Nur Khumairoh (1520210211), Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Online Gamis di Labiba Hijab Collection Kudus Dalam Perspektif Islam.

Perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan konsumen dalam mencari informasi, menggunakan dan mengevaluasi suatu produk yang dipakai. Tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian online gamis di Labiba Hijab Collection Kudus dalam Perspektif Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian Kasus dan Penelitian Lapangan (*Case Study and Field Research*). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Labiba Hijab Collection Kudus yang berjumlah 1.500 dengan sampel sebanyak 94 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *Random Sampling* (Pengambilan sampel secara acak). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1.1528 < 1.1986$) dan tingkat signifikan 0.130, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.439 > 1.986$) dan tingkat signifikan 0.001 , electronic word of mouth berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.629 > 1.9866$) dan tingkat signifikan sebesar 0.010 dan Secara simultan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan electronic word of mouth berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($49.190 > 2.70$) dan nilai probability sebesar 0.000.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Electronic Word of Mouth dan Keputusan Pembelian*