

ABSTRAK

Indah Rosiatul Ulfa (1720210074). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (Ewom), Lokasi Dan Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di B'lian Resto Undaan Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* (ewom), lokasi dan produk halal terhadap keputusan pembelian di b'lian resto undaan kudus. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik *sampling non probability sampling*, jumlah sample yang digunakan berdasarkan *accidental sampling* dengan sample sebanyak 100 orang pelanggan di B'lian Resto Undaan Kudus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji validitas dan uji reabilitas hasilnya valid dan reliabel. Variabel *electronic word of mouth* (ewom) (X1) terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian di B'lian Resto Undaan Kudus. Variabel Lokasi (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di B'lian Resto Undaan Kudus. Variabel produk halal (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di B'lian Resto Undaan Kudus. Sedangkan uji koefisien determinasi juga terdapat pengaruh positif pada *electronic word of mouth* (ewom), lokasi dan produk halal secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di B'lian Resto Undaan Kudus. Besaran pengaruh dari *electronic word of mouth* (ewom) yaitu sebesar 37,5%, lokasi sebesar 20,6% dan produk halal sebesar 3,7%.

Kata kunci : *Electronic Word Of Mouth* (Ewom), Lokasi Dan Produk Halal, Keputusan Pembelian.