

## ABSTRAK

**Noor Anisa Amelia.** 2023. *Pengaruh Harga dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di Media Sosial Twitter (Studi pada Pengikut @FOODFESS2)*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Syaugi.

**Kata Kunci:** Harga, *Electronic Word of Mouth*, Keputusan Pembelian, Twitter.

Penelitian ini dilatarbelakangi maraknya fenomena memosting di media sosial seperti kegiatan yang dilakukan, kunjungan lokasi, dan memosting makanan dan minuman sebelum dikonsumsi. Tujuan penelitian untuk menguji pengaruh harga dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian di media sosial Twitter.

Jenis penelitian yaitu penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian yakni pengikut akun @FOODFESS2 yang pernah melakukan pembelian setelah melihat *mention confess* di akun tersebut. Teknik penentuan sampel ialah *purposive sampling* dengan 97 responden. Kuesioner dipilih untuk mengumpulkan data melalui analisis regresi berganda SPSS 26.

Hasil pengujian variabel harga terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh positif secara parsial, diamati melalui uji t dengan nilai sig ( $0.005 < 0.05$ ). Hasil pengujian variabel *electronic word of mouth* memiliki pengaruh positif secara parsial, diamati melalui uji t dengan nilai sig ( $0.002 < 0.05$ ). Hasil pengujian variabel harga dan *electronic word of mouth* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara simultan, dilihat melalui nilai uji f dengan sig ( $0.000 < 0.05$ ).