

ABSTRAK

Banyaknya pilihan *action figure* saat ini, menuntut toko-toko hobi untuk selalu meningkatkan keunggulannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan desain produk terhadap keputusan pembelian *gunpla* di Toko Kaoshero Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan membagikan kuesioner kepada 93 responden dari populasi 8179 konsumen Toko Kaoshero Bandung. Metode pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *incidental sampling*.

Berdasarkan data menggunakan analisis regresi berganda, analisis korelasi ganda dan analisis koefisien determinasi, uji hipotesis simultan, dan uji hipotesis parsial, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 63%. Besarnya pengaruh secara parsial *electronic word of mouth* adalah 25,6% dan desain produk adalah 37,4%.

Kata kunci: *Electronic Word of Mouth*, Desain Produk, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The many choices of action figure currently, demanding hobby stores to always improve their superiority. The purpose of this study was to determine the effect of electronic word of mouth and product design on purchasing decisions at Kaoshero Bandung Store. The research method used is descriptive and verification. The data collection technique used is by distributing questionnaires to 93 respondents from the population of 8179 consumers Kaoshero Bandung Store. The sampling method uses nonprobability sampling with incidental sampling technique.

Based on the data using multiple regression analysis, multiple correlation analysis and coefficient of determination analysis, simultaneous hypothesis test and partial hypothesis test, the results obtained indicate that electronic word of mouth and product design have a positive and significant effect on purchasing decisions of 63%. The amount of influence partially product design is 25,6% and brand image is 37,4%.

Keywords: Electronic Word of Mouth, Design Product, and Purchasing Decisions