

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh *price perception*, *trust*, dan *electronic word of mouth (e-WOM)* terhadap *purchase decision* di perumahan subsidi, dengan fokus pada Perumahan Pesona Kahuripan di PT. Hikmah Alam Sentosa, Bogor. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dimana data penelitian yang digunakan dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan total sampel 100 responden. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah *Cronbach Alpha*, korelasi linier berganda serta koefisien determinasi dengan bantuan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel mendapatkan skor rata-rata dengan kategori kurang baik. Terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*, menunjukkan bahwa *price perception* yang baik dapat meningkatkan minat beli konsumen. *Trust* juga terbukti berpengaruh positif, mencerminkan pentingnya *trust* terhadap pengembang dalam proses pengambilan *purchase decision*. Selain itu, *e-WOM* berkontribusi secara signifikan dalam membentuk *purchase decision*, di mana informasi yang disebarkan secara elektronik memberikan pengaruh yang kuat terhadap citra perumahan.

Kata Kunci: *Price perception, Trust, Electronic Word Of Mouth, Purchase Decision, Perumahan Subsidi.*