ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap keputusan pembelian kembali konsumen pada Eastwood Store. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Metode penelitian dengan menggunakan metode deskriftif verifikatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden yang mengetahui ataupun pernah mengunjungi Eastwood Store. Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier sederhana. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Electronic Word of Mouth berpengaruh positif dan siginifikan terhadap keputusan pembelian kembali. Variabel-variabel Electronic Word of Mouth mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian kembali dan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukan dalam model penelitian.

Kata kunci: Electronic Word of Mouth, Keputusan pembelian kembali.