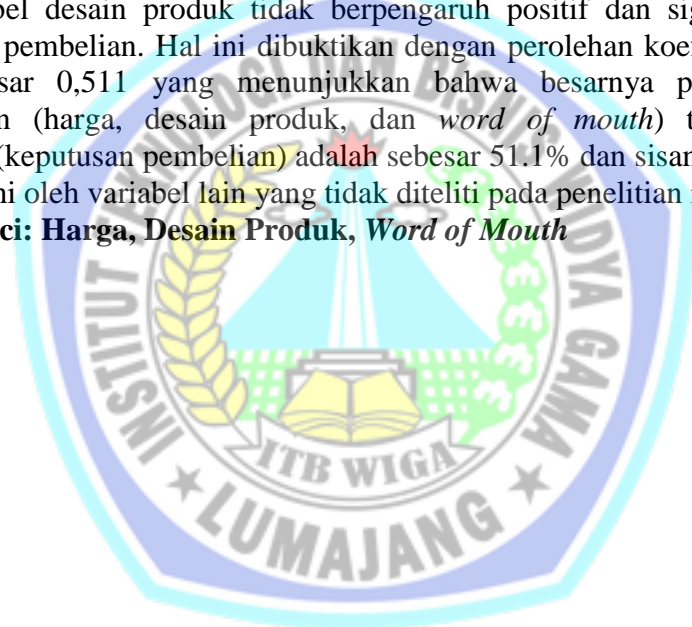


ABSTRAK

PT Uwinfly Indonesia Industri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan sepeda listrik yang berdiri di Kota Tianjin Cina, dan mulai memproduksi sepeda listrik uwinfly di Indonesia pada tahun 2018. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, desain produk, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian sepeda listrik uwinfly di Kota Lumajang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* tepatnya menggunakan *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 48 responden. Objek penelitian pada penelitian ini adalah variabel harga, desain produk, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan data diolah dengan menggunakan SPSS 24. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, sedangkan variabel harga dan variabel desain produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan perolehan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,511 yang menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel independen (harga, desain produk, dan *word of mouth*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) adalah sebesar 51.1% dan sisanya sebesar 48,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Desain Produk, *Word of Mouth*



ABSTRACT

PT Uwinfly Indonesia Industri is a company engaged in the manufacture of electric bicycles which was founded in Tianjin City, China, and began producing uwinfly electric bicycles in Indonesia in 2018. This study was conducted to determine and analyze the effect of price, product design, and word of mouth on purchasing decisions for uwinfly electric bicycles in Lumajang City. The sampling technique in this study used probability sampling technique, precisely using simple random sampling with a sample size of 48 respondents. The research object in this study is the variable price, product design, and word of mouth on purchasing decisions. The data analysis technique in this study used multiple linear regression analysis and the data was processed using SPSS 24. The results of this study indicate that partially the word of mouth variable has a positive and significant effect on the purchasing decision variable, while the price variable and the product design variable have no positive and significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by the acquisition of a coefficient of determination (R^2) of 0.511 which shows that the magnitude of the influence of the independent variables (price, product design, and word of mouth) on the dependent variable (purchasing decision) is 51.1% and the remaining 48.9% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Price, Product Design, Word of Mouth

