

ABSTRAK

EFEKTIVITAS *VIRTUAL EXHIBITION*, *SOCIAL MEDIA* DAN E-WOM YANG MEMPENGARUHI *E-PURCHASE DECISION* KONSUMEN

PT DAYA ADICIPTA WISESA

ELISABETH PERMATAPUTRI

20042011

Dibimbing oleh:

Dr.Ivonne Angelic Umboh, S.E.,M.S.i dan Patricia G.J.Petrus, SE., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Virtual Exhibition*, *Social Media*, dan E-WOM pada ketidakstabilan *E-Purchase Decision* di PT Daya Adicipta Wisesa. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data kuesioner melalui *Google Form* yang disebarakan kepada 125 responden dan diproses menggunakan *software SPSS* versi 27.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Virtual Exhibition* dari penelitian ini memiliki hasil tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *E-Purchase Decision*, *Social Media* pada penelitian ini memiliki hasil tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *E-Purchase Decision* dan E-WOM pada penelitian ini memiliki hasil berpengaruh secara signifikan terhadap *E-Purchase Decision*. Secara simultan semua variabel independen mempengaruhi variabel dependen pada PT Daya Adicipta Wisesa.

Kata kunci: *Virtual Exhibition*, *Social Media*, E-WOM dan *E-Purchase Decision*

ABSTRACT

***THE EFFECTIVENESS OF VIRTUAL EXHIBITIONS, SOCIAL MEDIA
AND E-WOM WHICH INFLUENCE CONSUMERS' E-PURCHASE
DECISION AT PT DAYA ADICIPTA WISESA***

ELISABETH PERMATAPUTRI

20042011

Supervised by:

Dr.Ivonne Angelic Umboh, S.E.,M.S.i dan Patricia G.J.Petrus, SE., M.M

This study aimed to determine the influence of virtual exhibitions, social media, and E-WOM on the instability of e-purchase decision at PT Daya Adicipta Wisesa. This study was quantitative by using questionnaire data distributed via Google Form to 125 respondents and then processed using SPSS software version 27.

The results of this study indicated that virtual exhibitions had no significant influence on e-purchase decision. Similarly, social media had no significant influence on e-purchase decision. On the other hand, E-WOM had a significant influence on e-purchase decision. Simultaneously all independent variables influenced the dependent variable at PT Daya Adicipta Wisesa.

Keywords: Virtual Exhibitions, Social Media, E-WOM and E-Purchase Decision

This translation has been checked and proven accurate.



Rafael H. Y. Sengkey, S.S., M.Pd.
*Head of Language Development Office
Universitas Katolik De La Salle Manado*