

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, citra merek, dan *electronic word of mouth* terhadap minat beli. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah *online shop* Zalora.co.id. Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan survei. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode angket (kuesioner). Sampel penelitian ini adalah mahasiswa universitas muhammadiyah yogyakarta yang pernah mengunjungi dan tertarik melakukan transaksi di Zalora.co.id. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, dengan metode *purposive sampling*. Alat analisis dalam penelitian dengan menggunakan analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, citra merek, dan *electronic word of mouth* secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli. Dalam penelitian ini bahwa persepsi harga mempunyai pengaruh kuat terhadap minat beli produk *fashion* secara *online* di Zalora.co.id.

Kata kunci: Persepsi Harga, Citra merek, *Electronic word of mouth*, Minat beli

## ABSTRACT

*This research aimed to analyze the effect of price perception, brand image, and the electronic word of mouth to the buying interest. The object in this research is the online shop Zalora.co.id. This is a quantitative research that has done by the survey. Data collection techniques used in this study by questionnaire (questionnaire). The samples were students of University of Muhammadiyah Yogyakarta who ever visited and interested to do transactions in Zalora. The number of samples in this study were 100 respondents. Sampling technique used is non probability sampling with purposive sampling method. This research analysis tools using multiple linear regression analysis. The results of this research showed that price perception, brand image, and electronic word of mouth partially and simultaneously have a positive and significant impact on buying interest. On this research that price perception has a strong influence on buying interest of fashion products at Zalora.*

*Keyword: Price perception, Brand image, Electronic Word Of Mouth, Purchase Intention*