

**PENGARUH *E-MARKETING*, DESAIN PRODUK DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUSAHAAN
CANOPY ART BALI**

ABSTRAK

Perkembangan bisnis dalam era globalisasi saat ini semakin pesat seiring bertambahnya kebutuhan konsumen akan produk dan ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi. Dengan adanya persaingan perusahaan-perusahaan lain terhadap produk-produk yang semakin ketat menuntut pihak manajemen agar bisa mengambil Langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-marketing*, desain produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada perusahaan canopy art bali, untuk mengetahui pengaruh *e-marketing* terhadap keputusan pembelian pada perusahaan canopy art bali, untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian pada perusahaan canopy art bali dan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada perusahaan Canopy Art Bali.

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Canopy Art Bali tahun 2021 yang berjumlah 296 orang pelanggan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 75 orang dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dan menggunakan Teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, determinasi, uji t dan uji F menggunakan SPSS version 23 For Windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada perusahaan canopy art bali, desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada perusahaan canopy art bali, *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada perusahaan canopy art bali.

Kata Kunci: *E-Marketing*, Desain Produk, *Word Of Mouth* dan Keputusan Pembelian

**PENGARUH *E-MARKETING*, DESAIN PRODUK DAN WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUSAHAAN
CANOPY ART BALI**

ABSTRACT

Business development in the current era of globalization is increasing rapidly along with increasing consumer demand for products and is characterized by an increasingly high level of competition between companies. With the competition from other companies for products that are increasingly stringent, it requires management to be able to take the right steps to increase sales. This study aims to determine the effect of e-marketing, product design and word of mouth on purchasing decisions at Canopy Art Bali companies, to determine the effect of e-marketing on purchasing decisions at Canopy Art Bali companies, to determine the effect of product design on purchasing decisions at companies canopy art bali and to determine the effect of word of mouth on purchasing decisions at Canopy Art Bali company.

The research population is all Canopy Art Bali customers in 2021, totaling 296 customers. The number of samples used in this study amounted to 75 people with the sampling technique using the Slovin formula and using the purposive sampling technique. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis, multiple correlation, determination, t test and F test using SPSS version 23 For Windows.

The results showed that e-marketing has a positive and significant effect on the decision of purchases at bali canopy art companies, product design has a positive and significant effect on the decision to buy at bali canopy art companies, word of mouth positive and significant effect on the whiteness of purchases at bali canopy art companies.

Keywords: *E-Marketing, Product Design, Word Of Mouth and Purchasing Wrinkles*