

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh e-wom, promosi, distribusi, dan harga terhadap keputusan pembelian *ice cream AICE*. Penelitian ini merupakan penelitian survey. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 orang responden merupakan orang yang pernah mengkonsumsi *ice cream Aice* di Kabupaten Brebes. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling* dan *purposive sampling* pada bulan Januari sampai dengan Agustus 2020. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan program *IBM SPSS Statistic 25*. Hipotesis yang diajukan adalah terdapat pengaruh e-wom, promosi, distribusi, dan harga terhadap keputusan pembelian *ice cream AICE*. Skala pengukuran menggunakan skala *likert 7*. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan uji F dan uji t untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama dan pengaruh secara parsial antara variabel yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-wom promosi, distribusi, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah bahwa variabel e-wom, promosi, distribusi, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan produk *ice cream AICE* terhadap e-wom, promosi, distribusi, dan harga karena variabel tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : E-WOM, Promosi, Distribusi, Harga, dan Keputusan Pembelian