

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *pengaruh E-WOM, Web Design Quality dan Advertising Value terhadap Purchase Intention* pada situs e-commerce B2C Matahari Mall. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *E-WOM, Advertising Value dan Web Design Quality* sebagai variabel independen, dan *Purchase Intention* sebagai variabel dependen. Sampel dalam penelitian berjumlah 100 responden yaitu pengguna internet aktif yang pernah melakukan pembelian produk secara online minimal 1 kali.

Metode yang digunakan adalah *non-probability* sampling dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden. Metode analisis yang digunakan yaitu metode kuantitatif yang meliputi uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi berganda, uji t, uji F, serta koefisien Determinasi melalui alat analisis SPSS 23.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-WOM, Web Design Quality dan Advertising Value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*.

**Kata kunci: E-WOM, Web Design Quality, Advertising Value dan Purchase Intention**