

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh word of mouth, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian, serta untuk mengetahui diantara word of mouth, citra merek dan harga mana yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang membeli produk dan menggunakan jasa di Chatime Darmo Surabaya yang bertempat di JL. Raya Darmo No.99, Wonokromo Surabaya. Jenis penelitian ini merupakan penelitian survey dengan data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (Statistical Product and Service Solutions).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh word of mouth, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian adalah berpengaruh signifikan. Sedangkan citra merek mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.

Kata Kunci : word of mouth, citra merek, harga, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

The purpose of this research is to test the influence of word of mouth, brand image and price to the purchase decision, also to find out between the word of mouth, brand image and price which one has the dominant influence to the purchase decision.

The population is all customers who have ever purchased products and used service at Chatime Darmo Surabaya which is located on JL. Raya Darmo No.99, Wonokromo Surabaya. This research is a survey research and the data has been done by applying secondary by using accidental sampling and the numbers of samples are 100 respondents. The analysis method has been carried out by using multiple linear regressions and the instrument is SPSS (Statistical Product and Service Solutions).

The result of the research shows that the influence of word of mouth, brand image and price to the purchasing decision is significant. Meanwhile, brand image has dominant influence to the purchasing decision. It shows that all hypotheses of this research have been proven correct.

Keywords: Word of mouth, brand image, price, and purchasing decision.

