

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *word of mouth* serta kepuasan layanan terhadap keputusan pembelian mobil merek Toyota. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli Mobil Toyota Avanza Pada Auto 2000 Kertajaya Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling aksidental* dengan sampel yang diambil berjumlah 100 orang. Sedangkan Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa regresi berganda.

Hasil pengujian menunjukkan kualitas produk, *word of mouth* dan kepuasan layanan terhadap keputusan pembelian adalah signifikan. Hasil ini mengindikasikan model yang digunakan dalam penelitian layak dilanjutkan pada analisa berikutnya. Hasil ini didukung dengan perolehan tingkat koefisien korelasi sebesar 80,8% yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel tersebut terhadap keputusan pembelian memiliki hubungan yang erat. Hasil pengujian secara partial menunjukkan masing-masing variabel kualitas produk, *word of mouth* serta kepuasan layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan variabel yang berpengaruh dominan adalah kepuasan layanan. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi parsial variabel tersebut lebih besar dari koefisien determinasi variabel bebas lainnya

Kata Kunci Kualitas Produk, *Word Of Mouth*, Kepuasan Layanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research is meant to find out the influence of product quality, word of mouth and service satisfaction to the purchasing decision of Toyota brand automobile. The population is all customers who have ever purchased Toyota Avanza automobile at Auto 2000 Kertajaya Surabaya. The sample collection technique has been done by using accidental sampling and 100 people have been selected as samples. Meanwhile the analysis technique has been done by using multiple linear regressions.

The result of test shows that the influence of product quality, word of mouth and service satisfaction to the purchasing decision is significant. This result indicates that the models that have been used are feasible for further analysis. This result is supported by the acquisition of the rate of coefficient correlation is 80.8% which shows the correlation among these variables to the purchasing decision firm. The result of partial test shows that the variables i.e. product quality, word of mouth and service satisfaction have positive influence to the purchasing decision and the variable which has dominant influence is service satisfaction. It can be seen from the value of partial coefficient correlation of these variables are larger than the coefficient determination of other independent variables.

Keywords: *product quality, word of mouth and service satisfaction and purchasing decision.*

