

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga dan word of mouth terhadap keputusan pembelian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian maupun yang telah menggunakan produk mebel di UD. Sumber Rejeki Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dan penentuan sampel menggunakan accidental sampling dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 98 responden. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan Aplikasi SPSS versi 23.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian karena semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, maka akan semakin baik minat untuk melakukan keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian karena semakin baik penentuan harga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Word of mouth berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian karena semakin baik word of mouth dibicarakan (communication positive) terkait produk mebel, maka dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: kualitas layanan, harga, word of mouth, keputusan pembelian



ABSTRACT

This research aimed to find out the effectiveness of service quality, price, and word of mouth on the purchase decision. Furthermore, the population of this research used all customers who have ever purchased and used the furniture products at UD. Sumber Rejeki Surabaya. The sample collection of this research used non-probability sampling and sample determination used accidental sampling with 98 respondents. Meanwhile, the analysis technique of this research used multiple linear regressions with the application of the SPSS 23.0 version. The research result showed that the service quality had a positive and significant effect on the purchase decision because the higher the service quality given, the better the interest to conduct the purchase decision. Meanwhile, the price had a positive and significant effect on the purchase decision price had a positive and significant effect on the purchase decision, because better pricing could improve purchasing decisions. Word of mouth had a positive and significant effect on the purchase decision because better word of mouth which discussed (positive communication) related to furniture products, could improve consumer purchase decisions.

Keywords: service quality, price, world of mouth, purchase decision.

